

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA



REALIDADES DE LA FICCIÓN BIOPRODUCCIÓN Y TRABAJO
COGNITIVO EN LA FÁBRICA TELEVISIVA

LA ESCRITURA DE SERIES DE TELEVISIÓN EN ESPAÑA:
CUALIDADES Y CONDICIONES DE LOS TRABAJOS Y LOS TRABAJADORES

TESIS DOCTORAL DE:

ÁNGEL LUIS LARA RODRÍGUEZ

DIRIGIDA POR:

JUAN JOSÉ CASTILLO ALONSO

Madrid, 2013

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA



**REALIDADES DE LA FICCIÓN
BIOPRODUCCIÓN Y TRABAJO COGNITIVO EN LA
FÁBRICA TELEVISIVA
LA ESCRITURA DE SERIES DE TELEVISIÓN EN ESPAÑA:
CUALIDADES Y CONDICIONES DE LOS TRABAJOS Y LOS
TRABAJADORES**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR: Ángel Luis Lara Rodríguez

Bajo la dirección del Doctor:

Juan José Castillo Alonso

Madrid, 2013

REALIDADES DE LA FICCIÓN

Bioproducción y trabajo cognitivo en la fábrica televisiva.

La escritura de series de televisión en España: cualidades y condiciones de los trabajos y los trabajadores

--

Tesis Doctoral

--

Ángel Luis Lara Rodríguez

Director: Dr. D. Juan José Castillo Alonso

--



Universidad Complutense de Madrid
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología

--

Madrid, 2013

In memoriam

A Ángel de Lucas, maravilloso culpable de que hace años no me rindiera ni tirara la toalla de la sociología. En ese entonces, Ángel fue para mí una de las brújulas de las que colgué mis días, entre conversaciones ensimismantes y horas maravillosas de su docencia, o sea, de su conversación. De él aprendí que la sociología, lejos de consistir en una disciplina, puede resultar la máquina más indisciplinada entre las máquinas de conocimiento, capaz del don de la ubicuidad y de alumbrar la profundidad de las connotaciones, las relaciones y los automatismos sociales. Él me enseñó la importancia de una relación estratégica con el campo académico y, como me dijo una de esas tardes de primavera detenida en Somosaguas, que a los que veníamos detrás nos correspondía tomar el testigo de los que como él nos habían abierto el camino. Pero sobre todas las cosas, Ángel de Lucas me enseñó una ética tan necesaria como el aire. Aún sin estar seguro de haber sido capaz de aprenderla, le estaré eternamente agradecido por todo lo que me dio, todo lo que nos dio. Seguro que, la mayoría de las veces, sin ni siquiera él saberlo.

A Yolanda y a Aitana, por todas las horas robadas.

Agradecimientos

A Ángel y a Carmen, mis padres, por apoyarme siempre, en todo.

A Guillermo Zapata, hermano por los angostos caminos de la escritura de historias para televisión.

A mis compañeros de guiones televisivos a tantas manos, Alberto Grondona, Antonio Cuevas, Adela Guitiérrez, Gonzalo Toledano, Carmen Llano, Juan Algarra, Raúl López, David Moreno y Carmen Pombero. Nunca olvidaré los días de la comunidad mindundi. Ellos me enseñaron todo lo que sé, con ellos me hice guionista.

A Jose Ángel Calderón y a Pablo López Calle, por su amistad y su compañía en la distancia de este viaje.

A mis compañeros y compañeras del Grupo de Investigación en Ciencias Sociales del Trabajo ‘Charles Babbage’ de la Universidad Complutense de Madrid.

A Daniele Linhart y a Ferruccio Gambino, por abrirme de par en par las puertas del Laboratoire “Travail et mobilités” (Université Paris X) y del Dipartimento di Sociologia de la Università degli Studi di Padova, respectivamente. Muy especialmente a Devi Sacchetto y Paula Cristofalo por su ayuda en los días italianos y franceses.

A las gentes del seminario “Transformation du travail et crise de l’économie politique” de MATISSE-ISYS (Université Paris 1 Sorbonne), con las que tanto aprendí.

A Giuliana Visco y a Gemma Ubasart por sus conversaciones y su cariño en París.

A la Escuela Internacional de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños (Cuba), al Jacob Burns Film Center-Media Arts Lab (Nueva York), a la Escuela de Cine y Televisión ‘Lugar de Cinema’ de Belo Horizonte (Brasil) y al Instituto Cervantes en Nueva York, por darme la oportunidad de conversar mis investigaciones con sus estudiantes durante mis estancias de docencia.

Al Taller sobre Relaciones Salariales de la Escuela de Relaciones Laborales de la Universidad Complutense de Madrid, por los desaprendizajes. Especialmente a Alberto Riesco, Pablo Meseguer, Jorge Lago, Jorge García y Carlos Alberto Castillo.

A Eduardo Romanos por la ayuda con los últimos pasos burocráticos.

Por supuesto, sobre todo y muy especialmente, a Juan José Castillo, habitante de una paciencia infinita con mis idas y venidas, mis pérdidas y mis reencuentros, puerta siempre abierta y ayuda incondicional siempre que la he necesitado.

A Aurora Álvarez Veinguer, espejo en el tránsito y la vivencia liminal de lo académico.

A la universidad pública, con sus límites y sus virtudes, por haberme dado la oportunidad de la formación y del estudio.

La sociología y el arte no hacen buenas migas. Ello se debe a que el arte y los artistas soportan mal todo lo que atente contra la imagen que tienen de sí mismos: el universo del arte es un universo de creencia, creencia en el don, en la unicidad del creador increado, y la irrupción del sociólogo, que quiere comprender, explicar, dar razón de las cosas, escandaliza. Desencantamiento, reduccionismo, en una palabra, grosería o, lo que viene a ser lo mismo, sacrilegio: el sociólogo es el que, al igual que Voltaire había expulsado a los reyes de la historia, quiere expulsar a los artistas de la historia del arte.

Pierre Bourdieu

También ahí recordamos la advertencia de Marx: no adivinamos por el gusto del trigo quién lo ha cultivado, no adivinamos en el producto el régimen y las relaciones de producción. El producto aparece específico, inenarrablemente específico, cuando se le relaciona con formas ideales de causa, comprensión o expresión; pero no aparece específico si se le relaciona con el proceso de producción real del que depende.

Gilles Deleuze y Felix Guattari

Índice

- 0. [A modo de introducción...](#) 12
- 1. [El medio televisivo: desarrollo y transformaciones...](#) 29
 - 1.1. Haciendo historia: modalidades, hibridaciones y servicios televisivos. Los modelos estadounidense y europeo... 45
 - 1.2. Hacia la evaporación de las diferencias... 53
 - 1.3. Apunte de contexto: la televisión entre los servicios públicos... 57
 - 1.4. El caso español: de la excepción a la norma... 61
 - 1.5. Políticas audiovisuales y marcos normativos: sentido y cualidad de la diversificación mercantilizada... 65
 - 1.6. De *Analogia* a *Digitalia*: realidades y ficciones de la *New Economy*... 73
 - 1.7. La galaxia de las productoras: externalización y producción fluida en la fábrica televisiva... 87
- 2. [La ficción televisiva...](#) 100
 - 2.1. Géneros y formatos... 105
 - 2.2. La ficción televisiva en España: el camino de la sistematización y la producción estandarizada... 110
 - 2.3. Estructura organizativa del proceso de fabricación y costes de producción... 124
 - 2.4. La serialidad: pieza clave de la producción estandarizada de ficción televisiva... 130
 - 2.5. Adaptación y copia: lógicas de desarrollo de la ficción televisiva en España... 135
- 3. [Escritores y escritoras de ficción televisiva: trabajadores, trabajadoras y trabajos...](#) 141
 - 3.1. Radiografía de los escritores y las escritoras audiovisuales en España... 145

- 3.1.1. Género y edad... 148
- 3.1.2. El dónde de las vidas y los trabajos... 153
- 3.1.3. Los aprendizajes y las formaciones I: entre autoformación permanente, disfuncionalidad formal de las cualificaciones e individualización de los recorridos formativos... 167
- 3.1.4. Forma jurídica de la actividad profesional, dinámica de la prestación laboral y mecánica de la remuneración... 196

INTERMEZZO 1

El guión como producto: estatus literario, soberanía del guión y forma mercancía... 228

- 3.1.5. Campos problemáticos abiertos por el devenir empresarial del escritor de televisión y por su condición de contenedor del capital fijo... 241
 - 3.1.5.1. Carácter relativo de la autonomía y prestación laboral más allá de la relación salarial... 242
 - 3.1.5.2. El gobierno del trabajo vivo: entre control paradójico y libertad coercitiva... 253
 - 3.1.5.2.1. Control situado... 257
 - 3.1.5.2.2. Control desterritorializado: relación-deuda y financiarización... 262
 - 3.1.5.2.3. Derechos de autor y propiedad intelectual: *gadgets* del gobierno patronal y de la explotación del escritor televisivo... 283

INTERMEZZO 2

En torno al gobierno del trabajo: de la gobernabilidad a la gobernanza... 320

- 3.1.5.3. Los aprendizajes y las formaciones II: Bioeconomía de la formación continua. La formación como inversión... 328
- 3.1.5.4. Función empresarial y representación tradicional de la figura obrera: entre erosión de la legitimidad y crisis de sentido... 346

3.2. La paradoja de la escritura televisiva: centralidad productiva del trabajo de guión, invisibilidad de los guionistas y debilidad de la identidad profesional...	378
3.3. Cómo producen los guionistas y las guionistas de ficción televisiva: los trazos de una escritura sistematizada y estandarizada...	403
3.3.1. ¿Una escritura verdaderamente industrializada?...	423
3.3.2. El proceso concreto de trabajo en la escritura de ficción televisiva...	451
3.3.3. Cualidades y contenidos de la prestación laboral del guionista y la guionista: dispositivos y redundancias...	466
3.3.3.1. Un trabajo mental y cognitivo: el bucle de la producción de subjetividad a través de la subjetividad...	473
3.3.3.2. El carácter lingüístico y relacional de la actividad...	479
3.3.3.3. La cualidad afectiva del trabajo de guión...	498
4. Más allá del telespectador: audiencias, públicos y <i>prosumidores</i> en la era de la potencia postmediática...	503
4.1. Una mínima cartografía teórica y metodológica para el análisis del trabajo de los públicos...	510
4.2. Entre públicos y audiencias: el carácter productivo del televidente como <i>teleactante</i> ...	523
4.2.1. El trabajo de las audiencias televisivas...	535
4.2.2. El trabajo de los públicos televisivos...	548
4.2.3. La circulación como producción: el trabajo invisible de los <i>prosumidores</i> ...	564
4.2.3.1. Para una cartografía del trabajo <i>fandom</i> ...	570
 INTERMEZZO 3	
<i>Explotación 2.0: la factoría Twitter y el trabajo invisible en red</i> ...	582

4.3. Un trabajo invisible de cuarta generación...	593
5. Inventario de palabras, categorías, conceptos y cuestiones...	614
6. Relación de entrevistas realizadas en el proceso de investigación...	728
7. Bibliografía...	732
8. Presentation and summary in English...	773

El escritor es tal vez el menos visible de los talentos relevantes implicados en una película o en un proyecto televisivo. Como dice el guionista luchador interpretado por William Holden en Sunset Boulevard (1950), "las audiencias no saben que alguien se sienta y escribe una película. Piensan que los actores inventan todo sobre la marcha.

Museum of Moving Image, Nueva York.

Antes de la pregunta: ¿cuál es la actitud de una obra frente a las relaciones de producción de la época?, quisiera preguntar: ¿cuál es su posición dentro de ellas? Esta pregunta apunta directamente hacia la función que tiene la obra dentro de las relaciones de producción literarias de una época. En otras palabras, apunta directamente hacia la técnica literaria de las obras.

Walter Benjamin

Si no se ve ya la fábrica, no es porque haya desaparecido, sino porque se ha socializado y, en este sentido, se ha convertido en inmaterial: de una inmaterialidad que, no obstante, continúa produciendo -¡y cómo!- relaciones sociales, valores y beneficio.

Maurizio Lazzarato

0. A modo de introducción

Vivir en una época de mutaciones tan aceleradas puede resultar electrizante, pero la tarea de representarnos dichas mutaciones y de implicarnos positivamente frente a las paradojas, las contradicciones y las injusticias que éstas generan, constituye un reto continuo. Dar cuenta de circunstancias que mutan con velocidad resulta un trabajo arduo, sustraerse a la velocidad de la mutación es incluso más duro. Si no se ama la complejidad es imposible sentirse en casa en el siglo XXI. Transformaciones, metamorfosis, mutaciones y procesos de cambio se han convertido en parte integrante de la vida de la mayoría de los sujetos contemporáneos. Resultan cuestiones vitales también para las instituciones científicas, sociales y políticas que deberían ocuparse de dichos fenómenos y gobernarlos.

Rosi Braidotti

El sociólogo no tiene por tarea hablar en lugar de las personas y de los grupos: ese sería un proyecto de hombre político. No se propone representar lo real, sueño de periodista o de metafísico. Como máximo, el sociólogo puede ofrecer a los actores algunos esquemas de interpretación que ensanchen y aclaren ciertos rasgos de su experiencia, sin temer jamás a sus desmentidos.

Pierre Rolle

La única manera de encontrar una visión más amplia es estar en algún sitio en particular.

Donna Haraway

Quien quiera conocer una cosa, no podrá conseguirlo sin entrar en contacto con ella, es decir, sin vivir en el mismo medio de esa cosa. (...) Si quieres conocer, tienes que participar en la práctica, en la transformación de la realidad. Si quieres conocer el sabor de una pera, tienes tú mismo que transformarla comiéndotela.

Mao Tse Tung

Cuentan que el dios romano Jano tenía dos rostros y cada uno de ellos dibujaba su mirada en sentido contrario al otro. Jano fue construido en la antigua Roma como la divinidad de los principios y las transiciones, dios de las puertas, los comienzos, los pasajes y los finales. Toda tesis doctoral soporta el peso de la efigie de esta divinidad romana: es dualidad y es ambivalencia. Su carácter dual se deriva de la duplicidad que contiene: una tesis doctoral encierra un valor de uso y un valor de cambio. Las tesis *son usadas* si el universo epistemológico, teórico, metodológico e informativo que contienen logra conexiones y sentidos en el afuera del texto, si posee utilidad explicativa y analítica, unas veces para preguntarse y otras para responderse. Pero las tesis también *son intercambiadas*, se inscriben siempre en un proceso de intercambio y de acumulación de capital (simbólico): su horizonte de sentido y de realización es un mercado (académico-laboral). Si todo capital constituye trabajo acumulado, en sus formas materializadas, “incorporadas” o corporeizadas, la modalidad simbólica deviene un agente de reconocimiento y de distinción (Bourdieu, 1979a y 1986). En este sentido, una tesis doctoral dice de su objeto y de su sujeto, y la naturaleza de su decir siempre acaba transformado al sujeto en un objeto: *escribimos una tesis doctoral que nos inscribe*. Uno no trabaja en una tesis doctoral tanto como la tesis lo trabaja a uno. “*No te regalan un reloj, tú eres el regalado, a ti te ofrecen para el cumpleaños del reloj*”, escribió Julio Cortázar.

Nuestro trabajo de investigación ha estirado su *devenir Jano* para tratar de dotar de una profundidad mayor al carácter dual y ambivalente de toda tesis doctoral. En cierta medida, la dualidad y la ambivalencia de nuestra actividad investigadora se reconocen en una cualidad de segundo grado: tienen que ver con su objeto y con su sujeto. Como veremos a lo largo de este texto, el objeto de nuestra investigación nos sitúa en el universo de la escritura de contenidos seriales de ficción televisiva en España para dibujarnos la condición y la actividad de sus actores fundamentales: los guionistas y las guionistas de televisión. Dichos actores profesionales operan como agentes de una constante ambivalencia: fabricantes de televisión y públicos televisivos al mismo tiempo;

protagonistas de una producción creativa e imaginativa sujeta a los parámetros de la serialización y la repetición estandarizada; habitantes de un régimen existencial que convierte sistemáticamente la excepción en norma y la incertidumbre en la única de las certezas; sujetos de una erosión de la relación salarial con aperturas a un potencial empoderamiento, al mismo tiempo que objetos de una intensa precarización del vivir que los desempodera.

En cuanto a nosotros, sujeto formal de nuestro proyecto investigador, diremos desde el inicio que hemos sido radicalmente transformados por el proceso de investigación desarrollado. En el curso de dicho proceso nos hemos convertido en nuestro propio objeto: la intensidad de la implicación investigadora ha terminado por integrarnos en el universo de estudio como guionistas profesionales inscritos en los ámbitos sociales y fenomenológicos que hemos investigado. No se trata de una referencia simbólica o de un recurso metafórico, sino que nombra una experiencia material en su sentido literal. En los años en los que hemos investigado el mundo de la escritura de ficción televisiva y que han dado lugar a esta tesis doctoral, nos hemos convertido literalmente en guionistas: (1) nos hemos integrado en el mercado de trabajo del guión como escritores televisivos profesionales; (2) hemos incorporado las lógicas narrativas a nuestra labor sociológica; (3) y nos hemos convertido en docentes de guión televisivo en escuelas y centros de estudio audiovisual de América Latina y Estados Unidos.

Tal vez podríamos decir que nos hemos tomado demasiado en serio el trabajo de investigación en el que nos hemos sumergido. Lejos de ser el resultado de una práctica de laboratorio, de constituir un marco de abstracciones o de componer un ámbito de trascendencia a partir de una distancia, la tesis doctoral de la que hemos sido capaces sale de nuestra vida misma hasta confundirse con ella en su cotidiano y su inmanencia. En el desarrollo del trabajo de campo que ha sustentado nuestra investigación tuvimos la oportunidad de convertirnos en miembros del equipo de guionistas de una de las series más importantes de la historia reciente de la televisión en España, en la que trabajamos como escritores

durante cinco años ininterrumpidos, al tiempo que investigábamos investigándonos. Fruto de nuestra actividad profesional como guionistas y de nuestro estudio pormenorizado del sector de la producción de ficción serial para televisión, nos convertimos posteriormente en profesores de centros formativos en el audiovisual como la Escuela de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños (EICTV), en Cuba, o el Jacob Burns Film Center-Media Arts Lab de Nueva York. Pese al grado de amargura que el arduo proceso de elaboración de toda tesis doctoral suele sembrar en todo doctorando, jamás podremos agradecer lo suficiente a nuestro trabajo de investigación el habernos regalado la piel del guionista profesional, así como los saberes y conocimientos de los que ahora disponemos, no sólo para ejercer el maravilloso oficio de contar historias, sino para tratar de seguir aprendiéndolo mientras lo enseñamos en diferentes escuelas.

La metamorfosis que nos ha inducido el dilatado proceso de elaboración de esta tesis doctoral, en muchas ocasiones simétrica a la famosa metamorfosis de Kafka, ha llevado la cualidad de nuestra tarea investigadora hacia cotas de una complejidad reseñable, sumergiéndonos abiertamente en el ejercicio de una epistemología eminentemente reflexiva y, por ello, necesariamente paradójica: hemos terminado por investigarnos a nosotros mismos hasta hacer trizas la clásica distinción dialéctica entre un sujeto investigador y un objeto investigado. En este sentido, nos hemos convertido en lo que Michel Serres (1991) llamó *cuasi-objetos* y *cuasi-sujetos*, habitantes de posiciones híbridas ajenas a todo proceso de dicotomización. Se trata de una experiencia localizable en el campo de una *cibernética de segundo orden* (Ibáñez, 1994a y 1998; Navarro, 1989): una suerte de objetivación reflexiva que no sólo se desmarca de la idea de una realidad “externa” y preconstituida, sino que desborda el objeto para incluir en su radio de acción a un sujeto que debe dar cuenta de sí mismo. Si la *cibernética de primer orden* o de los sistemas observados sitúa al observador en el exterior del sistema observado, la *cibernética de segundo orden* o de los sistemas observadores incluye al observador en el sistema observado (Brunet y Morell, 2001). Más que una epistemología resulta una *fronesis* (Pearce, 1994): un

abandono consciente de la *episteme* en cuanto conocimiento científico de una verdad y una apuesta decidida por el conocimiento de cómo funcionan las cosas. En vez de la teoría (del espectador), la praxis (del actor), es decir, la *fronesis* como conocimientos y saberes reflexivos que transforman, en primer lugar a nosotros mismos (Martín Gutiérrez, 1999).

El origen de esa reflexividad transformadora se encuentra en una suerte de homenaje que parte de una arqueología de la práctica de la sociología del trabajo. En esa arqueología particular el nombre de Robert Linhart ocupa un lugar central. Su libro *De cadenas y de hombres* marcó hace años el inicio de nuestro interés por el análisis sociológico de los trabajos. El texto de Linhart (1979) narra su experiencia como obrero de la fábrica Citroën en Choisy (París), a la que llegó en 1968 fruto de la denominada política del *establecimiento*: una migración a las fábricas de los estudiantes maoístas y de la extrema izquierda francesa como doble estrategia de proletarización de sus cuadros universitarios y de “concienciación” y organización política de los trabajadores de fábrica.¹ Nuestra experiencia de inmersión laboral en los ciclos de fabricación de contenidos de ficción para televisión ha sido, sin embargo, diametralmente opuesta a la aventura de Linhart entre los obreros automotrices de la Citroën: lejos de constituir un viaje anclado en certezas y propósitos organizativos a partir de una idea cerrada e hiperideologizada del trabajo, nosotros hemos partido de una carencia absoluta de certezas, de una finalidad que se circunscribe estrictamente a la propia acción investigadora y de la disolución y la crisis irreversible, precisamente, de la materialidad y los imaginarios tradicionales en torno al antagonismo entre capital y trabajo que impulsaron el propósito investigador de Linhart hace más de cuarenta años. Alejados de todo intento de construcción de un sujeto y de una identidad en torno al trabajo, hemos tratado de investigar el

¹ “Los estudiantes y los jóvenes intelectuales no pueden ser la fuerza dirigente de la revolución (...) Sólo la clase obrera es suficientemente poderosa y vigorosa para tomar en sus manos el destino de la revolución. Le incumbe, por consecuencia, a los jóvenes intelectuales revolucionarios jugar el rol de intermediarios, para hacer penetrar las ideas de vanguardia en la clase obrera (...) Promoveremos, porque es actualmente necesario a fin de cumplir esta tarea, que los jóvenes intelectuales ingresen a la producción” (UJC-ML, 1968). Las siglas corresponden a la pretérita organización izquierdista francesa *Union de Jeunesses Communistes Marxista Leninista*.

camino inverso: la descomposición de ese universo de referencia a partir del estudio de algunas de las formas de subjetivación y de los modos de identización más significativos observables en los escenarios laborales actuales, marcadamente disociados de la cultura y la identidad obreras propias de la sociedad industrial, así como de la composición política del trabajo característica no sólo del tiempo de Linhart, sino presente todavía en no pocas posiciones sociológicas y políticas en nuestros días.²

Aún a pesar de la carencia de certezas y verdades, nuestro trabajo de investigación y nuestra inmersión integral en los ecosistemas televisivos de la producción de contenidos de ficción han partido de una pertinencia y de una idea-motor. Si la pertinencia de nuestro propósito ha venido determinada por la notable ausencia de estudios sociológicos centrados en los procesos de fabricación de bienes y servicios televisivos, la idea-motor que ha guiado nuestra tarea investigadora ha sido la propuesta de tomar las cualidades de los trabajos y de las formas de organización y regulación de los mismos en el medio televisivo, particularmente en lo referente al universo profesional de los guionistas, como analizadores efectivos de las pautas y lógicas generalizadas en el conjunto de sectores productivos y de mercados laborales en nuestros días.

En los últimos veinte años, la producción televisiva se ha consolidado como el elemento más dinámico en el campo de la producción audiovisual en España. Al calor del surgimiento del sector privado de televisión en nuestro país, fruto de la intensa liberalización que afectó a las industrias audiovisuales en su conjunto a partir de la segunda mitad de los años ochenta del siglo pasado, fueron emergiendo empresas orientadas a la satisfacción de la demanda de contenidos de unas cadenas de televisión que optaron abiertamente por una política de externalización de gran parte de su producción. El auge de los productos locales

² Sobre el concepto de *identización* se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario de palabras, categorías, conceptos y cuestiones que hemos incluido en este trabajo. Sobre la composición política del trabajo se puede ver la entrada “Composición técnica/Composición política” en dicho inventario.

de ficción y entretenimiento a partir de los años noventa permitió la estructuración de un tejido productivo sin precedentes en España, marcado por el nacimiento de numerosas empresas de fabricación de contenidos televisivos. Ese tejido productivo inédito se ha caracterizado fundamentalmente por la existencia de una enorme competitividad, así como por un proceso de liofilización productiva que ha descansado en un intenso ejercicio de la subcontratación que ha determinado una fuerte precarización de las condiciones de trabajo y una manifiesta desregulación de los ámbitos laborales.

Pese a la importancia económica y cultural del fenómeno televisivo, se observa un déficit reseñable de trabajos de investigación sobre el asunto, fundamentalmente en lo que concierne al estudio de los procesos de producción, a las cualidades y las condiciones del trabajo y a las figuras profesionales que lo atraviesan, incluidas sus formas de vida y de subjetivación, sus disposiciones éticas, las pautas de su dominación y las señales de sus potenciales insurgencias. La situación de monopolio estatal de la televisión en Europa, vigente hasta hace tres décadas, llevó a las investigaciones sociológicas a privilegiar cuestiones como las relaciones entre televisión y cultura nacional o televisión y política. La sociología de la comunicación de masas, por ejemplo, orientó su interés predominantemente hacia el estudio del impacto social de los contenidos televisivos. Cuando de forma periférica esta disciplina sociológica se ha interesado por los profesionales de la televisión lo ha hecho generalmente prestando atención a la figura de los periodistas, dejando de lado a los trabajadores de actividades tan relevantes como la producción de ficción o de entretenimiento, subrayando así su interés por el fenómeno informativo y por el estudio de los efectos sociales del medio televisivo. Sin embargo, nuestro punto de vista al respecto parte de la idea de que ocupándose exclusivamente del producto mediático, aislado de las cualidades y las condiciones del proceso de producción del que es resultado, la sociología de la comunicación tiende a imposibilitar un análisis complejo y una aprehensión adecuada del acto comunicativo mismo: un *continuum* que se elabora del nivel de la producción al

de la recepción, con interacciones, hibridaciones y simetrías constantes entre los dos elementos.

La ausencia prácticamente absoluta de estudios sociológicos centrados en los procesos productivos y en los ámbitos profesionales característicos del medio televisivo resulta problemática no solamente por la importancia de dicho medio en nuestras sociedades, sino por constituir éste una de las expresiones más avanzadas de las lógicas y los fenómenos generalizados en el conjunto de los escenarios productivos actuales. Pese al incuestionable nivel de singularidad que presenta el sector televisivo, el ejercicio investigador y analítico que hemos desarrollado ha partido de la idea de una ausencia de especificidad real en relación a otros ámbitos productivos: hemos decidido usar la televisión como ventana por la que asomarnos a la actual realidad global de las relaciones de producción en su conjunto, incluidos los universos existenciales y de subjetivación del trabajo vivo, así como los efectos de poder que poseen los dispositivos económicos y políticos neoliberales hegemónicos en nuestros días.³ A partir de una racionalidad fractal u hologramática que indica que toda parte posee información sobre la totalidad social en la que se inscribe, esta tesis doctoral y la experiencia investigadora de la que es resultado han partido de un sencillo principio metodológico: sólo el estudio concreto de las situaciones concretas puede dar cuenta de la realidad social y productiva realmente existente (Castillo, 1988 y 1994).

En este sentido, la centralidad que le hemos concedido a la figura de los guionistas dentro de los ciclos y procesos de fabricación de los contenidos de ficción televisiva, ha partido de la intuición de que las actividades de corte artístico constituyen en nuestros días una expresión avanzada de las nuevas formas de producción y de vida asociadas al proceso generalizado de mutación de los escenarios productivos desatado en nuestro país en los últimos veinticinco

³ Sobre el sentido de nuestro uso de la categoría “trabajo vivo” y sus diferencias con el concepto de fuerza de trabajo se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

años: en el campo de paradojas en el que se desenvuelven las actividades artísticas se revelan algunas de las transformaciones más significativas del trabajo contemporáneo (Menger, 2002). Como veremos a lo largo de esta tesis doctoral, el guionista y la guionista de televisión representan la figura paradigmática de un trabajador: (1) inventivo y creativo, proyectado desde actividades productivas de corte cognitivo, inmaterial, relacional y afectivo; (2) sujeto profesional de un paradigma de valorización y de acumulación de capital que integra vida y trabajo hasta constituir un horizonte *bioproductivo* en el que se ponen en juego y se explotan tanto las facultades genéricas de las personas, como los espacios y los tiempos desterritorializados del conjunto de su sociabilidad; (3) figura productiva móvil y sin estatuto, habitante de una radical descomposición de la relación salarial y de una desestructuración manifiesta de las viejas pautas de regulación de la sociedad industrial; (4) presa de una economía permanente de la incertidumbre y de la inseguridad; (5) abiertamente expuesto a los riesgos y a la presión de la competitividad en el desarrollo de una violenta experiencia de colonización mercantil, de *empresarialización de sí* y de financiarización de la existencia; (6) *sujeto sujetado* por la cualidad integral de una flexibilidad continuamente heterodeterminada y por una *intermitencia* sistemática en la prestación y en el acceso a la renta; y (7) generalmente ajeno a los universos simbólicos, los imaginarios y los modos de subjetivación tradicionalmente asociados con la figura obrera, incluidas sus semióticas políticas y sindicales.⁴ En definitiva, los escritores y las escritoras de contenidos de ficción televisiva funcionan como analizadores paradigmáticos de las realidades que nos resultan más determinantes en los circuitos actuales del trabajo vivo y de la producción social.

No obstante, y pese al valor integral y de conjunto que le concedemos a nuestra propuesta analítica, conviene que insistamos en el carácter situado de nuestra

⁴ Sobre la cualidad cognitiva del trabajo de los guionistas, su carácter bioproductivo, el fenómeno de la empresarialidad de sí y la flexibilidad heterodeterminada, se pueden consultar respectivamente en el inventario las entradas: “Trabajadores cognitivos”, “Hegemonía del trabajo cognitivo”, “Bioeconomía”, “Emprendedor y empresario de sí”, “Flexibilidad patronal”.

mirada, admitiendo que los procesos de investigación descansan siempre sobre dinámicas de subjetivación desde las que nos proyectamos los propios investigadores. Como han subrayado diversas autoras, la centralidad de los *conocimientos situados* (Haraway, 1988 y 1991) o la concepción de toda enunciación como *política de la localización* (Rich, 1986), constituyen puntos de partida determinantes y comunes a toda práctica de construcción de conocimientos. En este sentido, nuestra aportación constituye inevitablemente una contribución localizada y, por tanto, eminentemente parcial. Como señala Braidotti (2004), “la política de localización significa que el pensamiento, el proceso teórico, no es abstracto, universalizado, objetivo ni indiferente, sino que está situado en la contingencia de la propia experiencia y, como tal, es un ejercicio necesariamente parcial. En otras palabras, la propia visión intelectual no es una actividad mental desincardinada; antes bien, se halla estrechamente vinculada con el lugar de la propia enunciación, vale decir, desde donde uno realmente está hablando”. Devenir investigadores sociales insertos en circuitos productivos atravesados por los mismos procesos de precarización que modulan las vidas de los sujetos de nuestros estudios hace que la reflexividad determine un punto de encuentro evidente entre los “dos lados” de la investigación. En cierta medida, nos hemos metido en una piel esquizofrénica determinada por la condición compartida entre investigador e investigado, lo que nos ha llevado no solamente a un constante análisis reflexivo de nuestra propia labor (Castillo, 2005), sino a conceder cierta atención analítica y metodológica a la categoría de paradoja, figura recurrente en los estudios feministas que encierra tensiones y fisuras, abriendo nuevos caminos y lecturas desde sus aparentes contradicciones (Bracke, 2004).

A partir de estas premisas, nuestra actividad investigadora se ha orientado siguiendo la cualidad metodológica del estudio de los trabajos y sus universos propuesta en los últimos años por el sociólogo Juan José Castillo, director de la tesis doctoral que ahora presentamos. Así, nuestra labor se ha tejido con la combinación de tres perspectivas y tres criterios complementarios de enfoque:

por un lado, (a) estudiar *lo real*, (b) estudiar *las tendencias* que se detectan en lo real y (c) estudiar *las políticas* de transformación de lo real; por otro lado, (d) rastrear y analizar los *procesos concretos y completos de producción* y las *vivencias e interpretaciones* de los actores sociales implicados, (e) estudiar esos procesos en *su inserción territorial* y (f) conceder un peso relevante a *la cultura productiva* y a *las relaciones de trabajo*, así como a *las expectativas y vivencias*, más allá de las constricciones que podríamos llamar estructurales (Castillo, 2007).

Este tejido de perspectivas y criterios posee algunas implicaciones importantes. Quizá la más relevante de ellas resulte el hecho de que la mirada sobre los escenarios productivos no puede, en ningún caso, restringirse a tomar únicamente en cuenta lo que ocurre en el interior de la esfera productiva formalmente reconocida como tal (Alaluf, 1986). Más allá de las situaciones concretas de trabajo, debemos entender éste como una relación social determinada por una acción recíproca de trabajadores y empleadores que se define como estructura económico-social dinámica que encadena temporalidades y ciclos específicos que implican al conjunto de las relaciones sociales. Más allá, entender la producción hoy pasa por extender el análisis del trabajo productivo hacia esferas tradicionalmente aisladas de dicho análisis, como ya propusiera hace décadas el feminismo. En este sentido, tal y como veremos pormenorizadamente a lo largo de esta tesis doctoral, en los últimos veinte años hemos asistido a una mutación del significado económico del denominado “tiempo libre”. Tal y como ponen de manifiesto tanto la cualidad netamente productiva del tiempo de ocio y de los consumos culturales de los guionistas y las guionistas de televisión, como el carácter directamente productivo de los públicos televisivos, dicha mutación se ha articulado a partir de la erosión de la escisión tradicionalmente establecida entre trabajo y no-trabajo. Un fenómeno que, junto a la constelación de transformaciones estructurales que hemos observado a lo largo de nuestro proceso de investigación, obliga a una revisión de no pocos presupuestos de la economía política y su crítica, indica la pertinencia de una rearticulación de

algunas pautas de categorización sociológica y requiere de una ruptura radical con numerosos elementos del sentido común generalizados en la sociedad.

En el marco de esa pretensión crítica, el carácter situado de nuestra investigación de los escenarios de la producción televisiva a partir de sus escritores y escritoras de ficción remite a unas coordenadas espacio-temporales ciertamente concretas. En primer lugar, hemos desarrollado el conjunto del trabajo de campo insertos en el equipo de guionistas de *Hospital Central*, la serie más longeva de la historia de la televisión en España. Fabricada por la productora Videomedia S.L. para la cadena Telecinco, la serie empezó su andadura en 2000 y ha finalizado en 2013. Su record de audiencia se situó en 6.527.000 espectadores (35,3 % share). En 2005, obtuvo el “Premio Ondas” a la mejor serie nacional del año y en marzo de 2007, a punto de comenzar la emisión de su decimotercera temporada, recibió el premio “TP de oro” a la mejor serie española. El valor de nuestra investigación localizada en el territorio productivo de este contenido concreto de ficción televisiva no solamente reside en su cualidad *mainstream*, sino en el carácter prototípico de sus procesos productivos y de sus marcos de organización y regulación de las relaciones de trabajo.

Desde el punto de vista temporal, nuestra experiencia como *guionistas-investigadores* insertos en los circuitos de la fabricación de *Hospital Central* se desarrolló entre los años 2005 y 2011 de manera ininterrumpida. Dicha experiencia nos permitió experimentar y corporeizar las cualidades convencionales de la producción de contenidos de ficción televisiva estandarizadas en España. En el estudio de dichas cualidades en relación al conjunto del medio televisivo en nuestro país tomamos la decisión de focalizar nuestra mirada en el período concreto de explosión y auge de la producción local de series de televisión, localizado entre los años 1995 y 2005 y cuyo balance dejó a España como el tercer país europeo con más producción de contenidos televisivos de ficción en 2006, por detrás tan sólo de Reino Unido y Alemania (Alvarado, 2006).

La decisión de acotar la mirada al período de auge de la ficción televisiva local en nuestro país ha motivado que el conjunto de datos económicos con los que hemos ilustrado nuestro análisis se circunscriba fundamentalmente a dicho período. No obstante, la reconstrucción pormenorizada de los contenidos y las condiciones de producción de los productos y los productores de series de televisión dibuja un mapa sociológico, antropológico y económico que posee una utilidad general, capaz de dar cuenta no sólo del universo productivo global que conforma las dinámicas más estandarizadas de fabricación de series de televisión en España, sino de aportar posibles claves explicativas generales en torno a las actuales formas de vida y de subjetivación del trabajo vivo en los circuitos de la producción mediática, cognitiva, inmaterial, de subjetividad y de servicios, así como de ilustrar el papel eminentemente productivo de los públicos televisivos actuales. Lo interesante es que el carácter temporalmente localizado del análisis le confiere a nuestra investigación la cualidad de un *estudio forense*: el impacto de la crisis estructural del régimen de acumulación capitalista desatada globalmente a partir de 2008 ha impactado en la fabricación de contenidos de ficción televisiva en nuestro país hasta el punto de minimizar al extremo su producción, esquilmar el universo de empresas productoras “independientes” y expulsar de su mercado de trabajo a una parte notable de sus trabajadores: mientras las cadenas reponen programas e invierten cantidades y recursos nímios en la producción de nuevos contenidos, los guionistas y las guionistas habitan masivamente el desempleo o tratan de sobrevivir reconvirtiendo su perfil profesional y su vida. Como veremos a lo largo de esta tesis doctoral, lo relevante de la investigación que hemos desarrollado es su cualidad de neutralizador de todo discurso que atribuya a la coyuntura actual un carácter fortuito, repentino, inesperado o pasajero: el conjunto del análisis que proponemos pone de manifiesto que los lodos que en nuestros días ahogan al sector de la fabricación de contenidos televisivos de ficción se derivan directamente de los polvos constitutivos del modelo productivo con el que se configuró dicho sector desde sus inicios. Un fenómeno que, de forma dramática,

parece afectar al conjunto de los sectores productivos y de las economías en España.

A partir de estas premisas generales, hemos dividido la exposición de nuestro proceso de investigación en tres bloques diferenciados que configuran la estructura de esta tesis doctoral. En el primero de ellos, compuesto por los capítulos primero y segundo, dotamos de contexto al análisis del universo de la escritura de guiones televisivos en nuestro país a partir de una radiografía mínima del desarrollo y las transformaciones del medio televisivo, atendiendo a factores económicos y de organización productiva, así como a cambios tecnológicos, jurídicos y políticos. Esta sencilla radiografía se acompaña de un recuento básico de las fases que marcan la evolución de los géneros y los formatos de ficción en la televisión española. Se trata, simplemente, de la demarcación mínima del territorio en el que se mueven nuestros análisis. Por ello, este primer bloque temático no pretende desarrollar un estudio pormenorizado, sino familiarizar al lector con las semánticas y las economías del universo mediático al tiempo que resulta informado del contexto histórico en el que se enmarcan los procesos relativos a la escritura y a la ficción televisivas que hemos estudiado.

El segundo bloque de nuestro trabajo, compuesto por el tercer capítulo del texto, resulta el más extenso y relevante, representando el núcleo fundamental de nuestra investigación: un estudio integral y pormenorizado de los ciclos de producción de contenidos de ficción televisiva en nuestro país a partir del análisis de la escritura de dichos contenidos. Partiendo de una metodología eminentemente multidisciplinar, en este bloque analizamos la cualidad de las guionistas y los guionistas televisivos atendiendo a un estudio sociológico que incluye (1) los ciclos y las dinámicas formativas; (2) las formas de regulación y remuneración de su actividad profesional; (3) las pautas de organización de su trabajo; (4) la naturaleza concreta de sus prestaciones laborales; (5) las lógicas y fenomenologías de su explotación; (6) sus modos de vida y de subjetivación; y

(7) el carácter y las implicaciones de sus asociaciones profesionales.

En el tercer bloque, por el contrario, volcamos la mirada hacia los públicos televisivos para detallar no solamente la naturaleza productiva de sus actividades, sino la importante transformación experimentada por las pautas de recepción televisiva y sus agentes en las últimas décadas. A lo largo de este bloque, que se localiza en el capítulo cuarto del texto, aportamos una cartografía metodológica inicial acerca de la investigación de los públicos televisivos, así como distinguimos entre las diferentes posiciones y cualidades que dichos públicos presentan en relación a sus usos, consumos y producciones del medio televisivo. A partir de este análisis construimos una propuesta teórica y metodológica que parte del carácter directamente productivo de los consumos mediáticos. Desde este punto de vista, el campo de la recepción televisiva se convierte en un auténtico espacio-tiempo de trabajo que no sólo erosiona las pautas tradicionales de distinción entre actividades productivas e improductivas, circuitos de la producción y de la circulación, sino que posee una naturaleza invisible, carece de estatuto y cuyo valor aparece desposeído de reconocimiento social y económico alguno.

Los tres bloques que componen la estructura del texto se complementan con un léxico que incluye palabras, categorías, conceptos y cuestiones que resultan claves para la comprensión de nuestro análisis. Además, hemos distribuido a lo largo de la tesis tres *intermezzos* en los que hemos desarrollado cuestiones particulares que consideramos que poseen un valor ilustrativo o aclaratorio en relación a algunos de los elementos relevantes del conjunto de nuestro estudio. El primero de ellos traza una concepción del guión de ficción televisiva como producto mercantil, analizando tanto sus determinaciones literarias, como su estatuto en el seno de la producción audiovisual. El segundo *intermezzo* propone una cartografía general que dota a nuestro análisis de una perspectiva histórica que va más allá del estricto territorio mediático y televisivo, dibujando una aproximación teórica a las formas actuales de dominación y de gobierno de las

relaciones sociales en su conjunto. El tercer *intermezzo* aterriza las implicaciones de nuestro análisis del carácter productivo de los públicos en el complejo mundo de las redes sociales y de Internet, construyendo una lectura de los hábitos y los comportamientos virtuales de los públicos en las redes que los convierte en piezas claves de la producción de valor y de la acumulación de capital en nuestros días.

Esta tesis doctoral concluye una extensa etapa de investigación y una intensa experiencia personal. Sin embargo, lejos de significar un final, no representa más que un posible punto de partida. Como cantaba hace años el grupo de música italiano *99 Posse*, “comincia adesso”: todo comienza ahora. Lo interesante de un trabajo de investigación no solamente reside en el proceso de investigación mismo, sino en la utilidad, las conexiones y los procesos que puedan ser activados a partir y por el medio de sus resultados. Nuestra mirada sobre los universos de la ficción televisiva en nuestro país resulta eminentemente parcial e incompleta. Todo está en realidad por hacer, especialmente en el contexto político y socio-económico en el que se encuentra España y el conjunto de Europa en estos momentos. El propósito que ha guiado nuestra labor investigadora durante todos estos años no ha sido únicamente la obtención del grado de doctor en sociología, sino algo que consideramos mucho más importante: aportar un material útil para la comprensión de los escenarios productivos y los mundos de los trabajos actuales, especialmente para sus principales protagonistas, los trabajadores y las trabajadoras, aquellos y aquellas que saben sobre sus propias vidas mucho más que nosotros, aunque siempre crean que no saben lo que saben. Ahí residen los conocimientos y los saberes que tal vez hayamos sido capaces de producir. Por el lado del doctorado, sin embargo, no confirmamos más que todo aquello que no sabemos ni conocemos, porque como decía Jesús Ibáñez, el que sabe no necesita título y el título únicamente garantiza el saber del que no sabe.

CAPÍTULO 1

El medio televisivo: desarrollo y transformaciones

La televisión no podrá mantenerse mucho tiempo en el mercado. La gente pronto se cansará de pasar la tarde mirando una caja.

Darryl F. Zanuck, Director de Producción en Warner Bros entre 1931 y 1935.

El medio televisivo constituye el agente más destacado del sector de la producción audiovisual. Dicho sector agrupa al conjunto de empresas y actividades ocupadas en la creación, distribución, exhibición o difusión de imágenes en movimiento. El audiovisual constituye un macro-sector productivo de carácter complejo, resultado de la combinación de ámbitos de actividad diversos, como la producción de contenidos, las telecomunicaciones o los medios de comunicación social. La principal característica de las industrias audiovisuales, tanto a escala local como europea, es una fuerte concentración motivada básicamente por los procesos de globalización económica, un intenso proceso de liberalización y la convergencia de medios audiovisuales, telecomunicaciones y tecnologías de la información.

El auge de la producción y la emisión de contenidos de ficción televisiva de carácter serial en nuestro país, que como ya hemos apuntado en la introducción de este trabajo podemos localizar entre los años 1995 y 2005, coincide con una fase de expansión económica del medio televisivo, previa a la etapa actual de crisis abierta a partir de la recesión global iniciada en 2008. Entre 1997 y 2001, por ejemplo, la facturación por actividades audiovisuales en la Unión Europea pasó de 73.800 millones de euros a 97.800. Entre los mismos años, las personas empleadas en actividades cinematográficas y de video subieron de 114.000 a 146.000 y las empresas crecieron de 23.100 a 29.900 en el mismo periodo (Eurostat, 2003). En el caso de la industria audiovisual española, su consolidación llegó en el año 2000, en el que alcanzó un volumen de negocio de 4.476 millones de euros, lo que supuso un crecimiento del 13,7% sobre los 3.299 millones de euros registrados en 1999, según datos de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.⁵

En la década previa a la actual crisis estructural que ha afectado intensamente al conjunto de las economías, la producción televisiva se consolidó como el elemento más dinámico del sector de la producción audiovisual en España. Tal y

⁵ <http://informecmt.cmt.es/informes-anteriores>

como veremos más adelante, la relevancia económica de la producción televisiva dentro del conjunto de las industrias audiovisuales se derivó de un proceso de reestructuración del mapa audiovisual europeo, con la ruptura del monopolio público en la televisión y la consiguiente proliferación de canales privados. El proceso de desregulación de la industria audiovisual europea se inició en 1975, primero en Italia y, más tarde, en Francia y Alemania. En España, dicho proceso comenzó en 1983, con la aprobación de la Ley del Tercer canal, que permitió a las comunidades autónomas establecer canales públicos de ámbito regional, pero sobre todo, con la Ley de Televisión Privada de 1988, que puso término al monopolio del Estado y constituyó la base legal para la aparición de los primeros canales privados.

Sin embargo, la relevancia del medio televisivo no se circunscribe únicamente a su volumen de negocio o a su impacto económico. La televisión, como el sector audiovisual en su conjunto, constituye uno de los ámbitos productivos con mayor importancia social y cultural, erigiéndose en un mecanismo fundamental en la producción social de formas de subjetivación y de vida. Esta particularidad ha llevado a la Comisión Europea a afirmar que “la industria audiovisual no se parece a ninguna otra y no se limita a producir bienes para vender en el mercado. De hecho es una industria cultural por excelencia cuyo ‘producto’ es único y específico por su propia naturaleza. Tiene una enorme influencia en lo que los ciudadanos conocen, creen y sienten” (Grupo de Alto Nivel de la Política Audiovisual, 1998).

En los últimos años, el fenómeno televisivo ha experimentado importantes transformaciones. Tal y como señala Pérez de Silva (2000), la liberalización del sector y el desarrollo de las nuevas tecnologías han afectado decisivamente al medio televisivo en al menos tres esferas diferentes:

1. *La forma de hacer televisión:*

La digitalización y la liofilización de los procesos productivos mediante la

externalización de actividades han modificado las dinámicas tradicionales de fabricación de contenidos televisivos, incluyendo al espectador como agente activo en los ciclos productivos. Al mismo tiempo, la convergencia con otros medios y tecnologías ha generado nuevas experiencias y pautas productivas y de distribución, como el desarrollo de las plataformas de televisión en Internet y la generalización del uso y consumo televisivo en las redes y el hiperespacio.

2. *La forma de consumir televisión:*

El concepto habitual de ver televisión se ha transformado decisivamente en los últimos años. El aumento de la oferta de productos, la convergencia con otros medios y el nacimiento de plataformas y canales temáticos han transferido paulatinamente la función de programación al telespectador, convertido en sujeto eminentemente activo en la producción y socialización de las narrativas televisivas. La digitalización de los procesos de producción y distribución de contenidos televisivos, así como la relevancia de Internet y de las redes sociales, han revolucionado las pautas de uso y consumo de televisión, disparando la cualidad activa y productiva de los públicos.

3. *El propio televisor:*

El aparato que hasta ahora conocíamos como televisor ha experimentado modificaciones de enorme relevancia. El cambio tecnológico ha incrementado potencialmente el carácter interactivo del medio y el receptor tiende paulatinamente a convertirse en electrodoméstico de servicios audiovisuales, más allá de la mera emisión de programas y contenidos. La industria audiovisual avanza en la fusión futura del PC y el televisor como nueva gama de máquinas que aglutinen las facetas del ocio doméstico y pueda llegar a controlar el resto de electrodomésticos del hogar. Al mismo tiempo, la digitalización de los contenidos televisivos ha contribuido decisivamente a producir un cambio notable en los hábitos de consumo televisivo, convirtiendo Internet en el espacio tendencialmente hegemónico

para la recepción y distribución de contenidos de televisión.

Estas transformaciones no han hecho más que contribuir a un movimiento general de intensificación de la relevancia social y económica del medio televisivo. Un analizador de dicha relevancia es la frecuencia y la duración media del consumo de televisión en nuestras sociedades. Según el *Eurodata TV Worldwide*⁶ el consumo de televisión se situó en 3 horas y 4 minutos por persona y día en 2005, un minuto más que el año anterior y 28 más que en 1995. En nuestro país, la población pasó en 2005 más de tres horas y media al día delante del televisor, lo que equivale a un promedio de 221'7 minutos, mientras un 88'9% de las personas declaraba ver la televisión de manera asidua, según datos del Estudio General de los Medios de Comunicación en España 2006 de la Asociación para la Investigación en Medios de Comunicación (AIMC). Se calcula que los españoles y las españolas dedicamos a ver la televisión casi la mitad del tiempo en el que no estamos durmiendo o formalmente trabajando. Tal y como apunta Vaca Berdayes (2002), “el peso de la televisión en la ciudadanía es de tal calado que ver la pequeña pantalla constituye la actividad esencial de los españoles, tras el descanso nocturno y el desempeño laboral. Ninguna actividad representa una atención desmesurada de tres horas y media como promedio diario en el cómputo anual”. De esta manera, el televisor ha constituido tradicionalmente uno de los electrodomésticos fundamentales en los hogares de nuestro país. En 2000, el 99'5% de las casas poseía un receptor de televisión, observándose un crecimiento continuo del número de aparatos disponibles: si en 1988 el 76'5% disponía de un solo aparato, frente al 21'6% que tenía dos o más receptores, doce años más tarde la situación se había invertido y el 61'1% de los hogares contaba con dos o más televisores y sólo en el 38'4% había únicamente un receptor.⁷ Esta difusión social de la televisión lo convierte en uno de los medios de comunicación que más ha influido en la evolución de las formas de

⁶ Estudio anual de la evolución del medio televisivo en sesenta y cuatro países del mundo, realizado por la consultora IMCA y la empresa francesa de estudios sobre la audiencia Médiamétrie.

⁷ Datos del Estudio General de los Medios de Comunicación en España 2006 de la AIMC.

vida y los modos de subjetivación de los ciudadanos, convirtiéndose históricamente en un elemento sustancial del espacio doméstico de las familias.⁸

La convergencia de medios y la extensión de los contenidos y las narrativas televisivas a Internet, ha intensificado todavía más los usos y consumos de televisión y, por tanto, su influencia social y su relevancia económica. El sector televisivo ha vivido un intenso proceso de crecimiento, condicionado por las dinámicas de transformación, convergencia e innovación tecnológica que ha conocido la economía mundial en las últimas dos décadas. La concentración ha sido la nota más característica de una evolución determinada por la globalización de la economía, la imposición de la liberalización del sector y la convergencia de medios audiovisuales, telecomunicaciones y tecnologías de la información. En este sentido, la triada *liberalización-concentración-convergencia* constituye el eje imprescindible en torno al cual desplegar el análisis de la transformación económica de la industria televisiva y de los procesos productivos, así como de la orientación general de las políticas de organización empresarial.

Centrándonos en el período de expansión de la ficción televisiva local en nuestro país, conviene apuntar que dicha expansión coincide con un notable crecimiento económico del sector televisivo en su conjunto. Según datos del III Informe de la Comisión Europea al Consejo, al Parlamento y al Comité Económico y Social Europeo relativo a la aplicación de la Directiva “Televisión sin fronteras”, la industria televisiva tuvo en 1998 un volumen de negocio de casi 48.000 millones de euros en el total de la UE, con un crecimiento del 9’1% respecto al año anterior. La consolidación económica del sector en nuestro país se produjo en 2000, cuando alcanzó un volumen de negocio de 4.476 millones de euros, lo que

⁸ “La televisión es un mueble, o más exactamente, un electrodoméstico. Pertenecer, pues, al ámbito de la casa. Más aún: a partir de los años 60 –un poco antes en el mundo anglosajón– su entronización en el cuarto de estar pasó a reestructurar decisivamente, mucho más que la nevera, la lavadora o el fregaplatos, contemporáneos suyos, la distribución del espacio doméstico burgués; al contrario que los otros adminículos eléctricos, confinados en la zona ahora excusada de la producción (la cocina o el baño), la televisión activaba idealmente la esencia misma de la casa, su concepto universal –si se quiere– como representación ancestral del hombre fuera de peligro.” (Alba Rico, 2004)

significa un crecimiento del 13'7% sobre los 3.935 millones de 1999, según datos procedentes del Informe Anual 2000 de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones. La principal fuente de sus ingresos fue la publicidad, que representaba más de la mitad de la cifra total de negocio.⁹ En 2003 el mercado global de los servicios audiovisuales alcanzó en España los 4.415 millones de euros en términos absolutos, con un crecimiento del 11% respecto al año anterior, la presencia de más de 1.100 empresas del sector de radio y televisión, así como una cifra de empleo en torno a 30.000 trabajadores y trabajadoras. No obstante, cabe reseñar la existencia de fuertes reajustes laborales en este período, como los casos de las empresas Antena 3 y Sogecable, con importantes cambios estructurales, ya sea de accionistas (Antena 3) o de fusión de plataformas televisivas (Sogecable). Las fuertes regulaciones de plantilla remitieron al desarrollo de políticas gerenciales de reducción de costes laborales que fortalecieron el florecimiento de una galaxia de pequeñas empresas y subcontratas a las que se externalizó una proporción considerable de la producción, generando un desplazamiento de la fuerza de trabajo, con la consiguiente “invisibilización” de la misma. En este sentido, la cifra oficial de 30.000 empleados para esa época no da cuenta del montante total de operarios del sector.

En cuanto a la cifra de negocio de la producción para televisión en nuestro país, en 1999 se situaba en torno a los 660 millones, lo que supuso un 10% de incremento respecto al año anterior y puso de relieve que la producción de contenidos para televisión se convirtió en el principal motor de la industria audiovisual española, por delante de la producción para cine y la distribución, que en 1999 registraron una cifra de negocio de 300 y 48 millones de euros respectivamente (FAPAE-ICEX, 2001). Para hacerse una idea del rápido

⁹ En 1999 el 59% de los ingresos correspondía a publicidad, el 19% a cuotas de televisión de pago, el 15% a las subvenciones recibidas por los operadores públicos y el 7% restante a otro tipo de ingresos. Aunque en 2000 los porcentajes cambian considerablemente: la publicidad representa el 51'7%, la televisión de pago el 26'3% y las subvenciones el 21'7%, disminuyendo las demás fuentes de ingresos hasta un 0'3% del total. (Fuente: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones).

crecimiento económico del sector televisivo, basta con observar que en 2003 el volumen total de negocio ascendió a 4.092 millones de euros, lo que implicó un incremento de alrededor del 12% respecto al ejercicio anterior. Dentro de esta cifra es relevante el crecimiento del peso de la televisión de pago frente a aquella que emite en abierto, con una fuerte presencia de la televisión por satélite.¹⁰

A pesar de los datos aportados, es importante reseñar desde el principio de nuestro estudio que la escasez de datos realmente fiables dificulta enormemente el análisis del sector televisivo en nuestro país. La opacidad estratégica en materia de datos económicos es especialmente relevante en el caso de las empresas productoras de contenidos televisivos, que tratan así de salvaguardar su situación blindándose ante posibles recortes presupuestarios por parte de las cadenas para las que trabajan en régimen de subcontratación. Como apunta Irisarri (1999), “estamos ante un sector especialmente oscurantista donde parece que dar un dato financiero supone poner en peligro determinados programas ante la amenaza, no velada, de las cadenas de televisión para disminuir los costes de producción”. A partir de estas condiciones de opacidad, la mayoría de los analistas toma como referente el mercado publicitario o el endeudamiento de los operadores, especialmente el de aquellos de carácter público, puesto que apenas existen datos sobre los gastos de programación de las cadenas que, junto a las productoras, se muestran reacias a ofrecer información sobre los costes y el impacto que tiene esta partida dentro de su estructura financiera, en concreto, cerca del 50% de los gastos operativos de las cadenas de televisión en los años de auge de la producción de ficción televisiva en nuestro país (Jiménez Guerrero y Martínez Monge, 2005).

No obstante las dificultades reseñadas, trataremos de ofrecer algunos datos sustanciales sobre el desarrollo económico de las empresas productoras de contenidos de televisión. Detengámonos por un momento en las cifras de la inversión publicitaria y las subvenciones institucionales, para hacernos una idea

¹⁰ Datos del informe para el año 2003 de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.

de algunas de las cantidades que movía el sector televisivo español en la época de explosión de la producción de ficción, recordando que los datos sobre el mercado de la publicidad resultan relevantes puesto que dicho mercado representa la fuente de financiación clásica del medio televisivo.¹¹ Así, las televisiones en abierto ingresaron en 2003 un total de 3.558 millones de euros, de los que el 36% fueron subvenciones a las cadenas públicas. De los 2.255 millones de euros de ingresos de los canales privados en abierto en ese mismo año, el 92% correspondieron a ingresos derivados de la publicidad emitida. Igualmente, en 2003 el total de medios de radio y televisión ingresó 2.413 millones de euros en concepto de publicidad, de los que 2.095 correspondieron al conjunto de las televisiones, públicas y privadas. Por su parte, los canales temáticos, que representan las cadenas por cable y por satélite, facturaron 11'1 millones de euros de publicidad durante el primer semestre de 2005, lo que supuso un incremento del 72'7% en relación al ejercicio anterior (GRETEL, 2005).

En cualquier caso, el fuerte desarrollo económico del sector previo a la crisis económica estructural desatada de forma global a partir de 2008, aparece ligado a un intenso proceso de mercantilización del sector televisivo que redefinió su sentido y su organización.

Tal y como apunta Richeri (1994), el elemento propulsor de las transformaciones de los años ochenta en el campo televisivo ciertamente no fueron, como a menudo se afirma, las nuevas tecnologías. Por el contrario, fueron los criterios económicos los que conquistaron un peso creciente tanto en la organización de la actividad televisiva, como en la regulación de las relaciones entre los distintos sujetos en liza, llevando a su maduración nuevos modelos y nuevos comportamientos de la empresa de televisión. Por ello, conviene subrayar que

¹¹ La cuarta parte de los contenidos que se emitieron en 2004 en televisión en horario de máxima audiencia, de 21.00 a 24.00 horas, fueron anuncios publicitarios. Las tres grandes cadenas generalistas en abierto dedicaron un 22'5% del total de sus emisiones a la publicidad. TVE era en el inicio de la primera década del siglo la tercera televisión pública de Europa con más publicidad (GRETEL, 2005).

resulta del todo imposible comprender la evolución del sector televisivo en España y en el conjunto de la Unión Europea sin hacer referencia a la decisiva orientación liberalizadora por parte del poder político, que favoreció una desregulación y una hegemonía absoluta del capital privado en el conjunto del sector.¹² La emergencia de la gestión y oferta privada de televisión en la UE a partir de los años ochenta conllevó una transformación radical de la industria.

En términos empresariales el cambio de modelo vino determinado por un proceso múltiple de rearticulación que pasó fundamentalmente por la flexibilización y liofilización de los procesos productivos a través de la externalización de segmentos enteros de la producción y de la fuerza de trabajo, fundamentalmente en la elaboración de contenidos; la paulatina deslocalización de determinadas unidades productivas; la aplicación generalizada de las nuevas tecnologías y la digitalización de los procesos de producción y emisión de contenidos televisivos; la globalización financiera, que ha impactado de manera destacada y directa en el medio televisivo; y el cambio de perspectiva estratégica desde una lógica de oferta a una dinámica de primacía de la demanda, lo que ha volcado a la empresa televisiva hacia el marketing y la comunicación con el mercado, intensificando estrategias y políticas de fidelización de la relación de servicio.

El alineamiento político de las autoridades europeas con la tendencia liberalizadora y mercantilizadora se plasmó en documentos como el *Informe Bangemann* (1994) y el *Libro Verde sobre la Convergencia* (1997), con los que la UE impulsó la centralidad del mercado como rector principal de la transición hacia el fin de las emisiones analógicas de televisión. El Consejo Europeo extraordinario celebrado en Lisboa en 2000, así como las sucesivas

¹² “El elemento propulsor de las transformaciones de los años ochenta en el campo televisivo ciertamente no han sido, como a menudo se afirma, las nuevas tecnologías. Por el contrario, han sido los criterios económicos los que han conquistado un peso creciente tanto en la organización de la actividad televisiva como en la regulación de las relaciones entre los distintos sujetos en liza llevando a su maduración nuevos modelos y nuevos comportamientos de la empresa de televisión” (Richeri, 1994).

actualizaciones de sus decisiones en materia de liberalización del sector de las telecomunicaciones, reforzaron el papel de árbitro del poder político comunitario, descartando la intervención activa a través de políticas públicas de impacto. Tras decretar el cese coordinado de las emisiones analógicas para la articulación de un mercado digital unificado, la Unión Europea se decantó decididamente por la liberalización del sector y por una lógica eminentemente mercantil y de negocio como dinámica para la consecución de una perspectiva unificada de gestión del espectro radioeléctrico y digital en territorio comunitario. En nuestro país, el impulso legislativo en este sentido se intensificó a partir del *Anteproyecto de Ley Audiovisual* (2005), que establecía la liberalización de la prestación del servicio de radio y televisión. Estos servicios, que habían sido tradicionalmente declarados como “públicos esenciales” y cuya titularidad no podía ser transferida, pasaron a ser considerados servicios que los particulares prestan en régimen de competencia, permitiéndose la venta y alquiler de licencias. La *Ley General de Comunicación Audiovisual* de 2010, sancionó y recogió explícitamente la centralidad de esta dinámica de negocio en el desarrollo del medio televisivo.

Sin embargo, el sector televisivo no sólo constituye un agente destacado en el ámbito de la comunicación, sino que ocupa un lugar central en el campo de las industrias culturales. Tanto desde un punto de vista cuantitativo, por el alcance de su volumen de negocio, como desde una óptica cualitativa, por la relevancia de su impacto en las formas de vida y los modos de subjetivación en la sociedad contemporánea, el fenómeno televisivo constituye un elemento de enorme relevancia.

Desde este punto de vista, el sector televisivo desarrolla de manera compleja lo que desde una perspectiva sociológica podemos describir como *los tres sentidos heterogéneos de la palabra “cultura”*, es decir, la cultura como estilo de vida, la cultura como comportamiento declarativo y la cultura como corpus de obras valorizadas (Passeron, 1991). El medio televisivo encuentra en la interrelación

entre estos tres diferentes niveles de la esfera cultural el cuerpo fundamental de su producción. De esta manera, la televisión constituye una plataforma de despliegue cultural de carácter global: estructuras de emisión, aparatos institucionales, lógicas, lenguajes y modos de producción y representación de los imaginarios colectivos. En este sentido, el medio televisivo activa y socializa visiones del mundo y de la realidad que, cada vez más, constituyen aquello que sabemos del mundo y la realidad en la que vivimos (Luhmann, 2000): produce narraciones y representaciones que encadenadas en las parrillas de programación de los canales de televisión modelan el tejido comunicativo en el que nos vemos inmersos cotidianamente. En este sentido, la industria televisiva es uno de los dispositivos más relevantes de producción de sentido, constituyéndose en el polo fundamental de un régimen cultural y de acumulación de capital que, siguiendo a Franco Berardi (2007), podemos catalogar como *semiocapitalismo*: un modo de producción en el que el capital se acumula esencialmente por medio de la producción y acumulación de signos, bienes inmateriales que actúan sobre la mente colectiva, la atención, la imaginación, las interacciones sociales, la construcción de sí de los individuos y el psiquismo social. Tal y como apunta el propio Berardi, el desarrollo de las tecnologías electrónicas y digitales ha impulsado la centralidad económica de la producción y circulación de signos, lo que ha generado un doble movimiento de retroalimentación: las leyes de la economía han terminado por influir el equilibrio afectivo y psíquico de la sociedad y, por otro lado, el equilibrio psíquico y afectivo que se difunde en la sociedad ha acabado por actuar a su vez sobre la economía.

La importancia cultural de la industria televisiva se deriva de su carácter de máquina de producción de contenidos culturales vinculados a prácticas sociales (Zallo, 1992): se trata de un medio de constitución de universos vitales, formas de subjetivación y signos. En este sentido, la televisión constituye un potente equipamiento colectivo de subjetivación (Guattari, 1987), así como uno de los

medios de producción y circulación de la cultura más eficaces.¹³ No obstante, conviene subrayar desde el principio de nuestro análisis que la producción y la socialización de la subjetividad televisiva no pueden ser entendidas en nuestros días como mero proceso ideológico sino, ante todo, como campo de negocio económico y capacidad de control social de la relación entre tiempo y memoria colectiva: la televisión no existe fundamentalmente como máquina de propaganda, ni solamente como dispositivo estético, sino como condición temporal de nuestra sociedad. Como apunta Lazzarato (1996), “la televisión es el custodio del tiempo y funciona como una memoria ‘social’ en sus dos formas que conocemos, de la conservación y de la constitución del tiempo. (...) El desarrollo espectacular de la televisión es contemporáneo a la subordinación del tiempo de la sociedad al tiempo del capital. Las temporalidades no capitalistas, que han vivido largamente al lado del tiempo del capital, han sido destruidas y han perdido toda capacidad de determinar la ‘experiencia’ de los hombres. (...) Si como hemos visto la función de la memoria es la de introducir el pasado en el presente, la televisión debe constituir el pasado colectivo para introducirlo en los procesos de producción de la subjetividad. (...) Este trabajo de la memoria televisiva no tiene nada que ver con una mistificación, una propaganda, una pérdida de lo real. Mediante la televisión el poder trata de controlar y de neutralizar la virtualidad social”.

Tal y como señala Berardi (2007), en este marco de subsunción de la producción cultural y televisiva al tiempo del capital, la creación de sentido y la producción de signos han sido conducidas a la esfera económica por dos vías: como trabajo que sustituye trabajo (máquinas inteligentes, automatización y producción de programas, etc.) y como trabajo que produce expectativas de mundo (la publicidad, la producción de opiniones, de imaginario y de mitologías). La televisión juega un papel determinante, precisamente, en esta segunda forma de economización y mercantilización de la producción semiótica y cultural.

¹³ Sobre el concepto de “equipamientos colectivos de subjetivación” se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

Pese a que la televisión, de manera diferente a otras industrias culturales, no descansa fundamentalmente sobre una yuxtaposición de productos individualizados, sino que ofrece un conjunto continuo de imágenes animadas en el que cada emisión cuenta menos por ella misma que por su relación con el conjunto de una programación (Beaud et al., 1984), el desarrollo del medio televisivo condensa de manera paradigmática las transformaciones que han experimentado las denominadas industrias culturales en su conjunto. En este sentido, a partir de los años ochenta, coincidiendo con el despegue del proceso generalizado de liberalización y mercantilización del sector televisivo en la UE, las industrias culturales asistieron al impacto de las nuevas tecnologías y a la informatización de las empresas. Apoyado en el cambio tecnológico, se inició un proceso paulatino de relativa industrialización tardía y de reconfiguración productiva, emergiendo nuevos territorios de negocio y nuevas formas de convergencia entre sectores y formatos. En esos años, los mercados culturales crecieron por encima de la media de otros mercados, con un enorme peso en el consumo doméstico. Al mismo tiempo, el tejido empresarial desarrolló un doble movimiento estratégico: por un lado, un abaratamiento de costes a través de una fuerte precarización del empleo y una intensa externalización de actividades; por otro lado, un vuelco hacia la gestión de la demanda y la relación con el mercado. El campo televisivo se situó en el epicentro de este proceso dominado por una paradoja reseñable: la experimentación de una industrialización tardía fruto de la dificultad tradicional para organizar las actividades culturales en términos de secuencialidad y subsumir la creatividad operativa (Chiapello, 1997) coincidió con un marco social general de descomposición de las dinámicas clásicas de la industrialización (Vercellone, 2003).

A lo largo de los años noventa del pasado siglo, el proceso de reestructuración, crecimiento y extensión se consolidó, dando lugar a la emergencia de un tejido empresarial organizado en red que desplegó por el territorio el ciclo complejo de producción de las mercancías culturales. En el sector de la producción se agudizó

la transición desde un sistema burocrático fundado en la existencia de un reducido número de grandes empresas oligopolísticas, integradas verticalmente y con los trabajadores directamente bajo su tutela, hacia un sistema que reposaba sobre una multiplicidad de pequeñas empresas y que comenzó a orientar su política según la lógica de la subcontratación, el proyecto y la relación de servicio.

Al mismo tiempo, se asistió a un proceso de concentración de capital y de transnacionalización, especialmente en el sector audiovisual y de la televisión. Si la concentración supuso la convergencia de empresas dentro de grandes conglomerados en los que se conjugan capital financiero e industrial, la transnacionalización constituyó un movimiento de acumulación de capital que desfiguró los tradicionales límites nacionales de los conglomerados industriales, impulsando la emergencia de grandes firmas que no sólo operan ya en un mercado global, sino que aglutinan capital internacional.

En este movimiento general de las industrias culturales, la producción cultural, con la televisión en su centro, emergió como fenómeno económico vital a través de su integración en la comunicación y del nacimiento de una dimensión *multi-media* de enorme alcance. En este contexto, el desprecio clásico de los economistas por la cultura, fundado en su supuesto carácter atípico y marginal, ha dado paso a una atención creciente por una forma de producción que constituye un espejo importante de los problemas más actuales de la economía y la gestión en general. La consolidación de los procesos de industrialización, mercantilización y financiarización de la cultura han metido definitivamente en crisis las concepciones clásicas de la producción cultural, que giraban en torno a la figura carismática del artista y su autonomía creativa, así como sobre la idea de una cierta incompatibilidad entre campo artístico y organización económica. La televisión ha contribuido decisivamente al desarrollo de dicha crisis. Veamos, a partir de estas premisas, cuáles han sido las modalidades más importantes del desarrollo histórico del medio televisivo.

1.1. Haciendo historia: modalidades, hibridaciones y servicios televisivos. Los modelos estadounidense y europeo

La incertidumbre caracterizó los primeros pasos del medio televisivo allá por los años treinta del pasado siglo. Más tarde, la Segunda Guerra Mundial vino a incentivar esa incertidumbre con el cortocircuito tanto de las investigaciones y el desarrollo de su tecnología, como de la posibilidad de difusión social del medio recién nacido. Hasta el final de la gran contienda bélica la televisión no se convirtió en una realidad industrial pujante y de enorme potencia social y económica.¹⁴ A partir de ese momento, se pusieron en marcha dos modelos diversos de articulación y gestión industrial: el estadounidense y el europeo (Bardají y Gómez Amigo, 2004; Sánchez Tabernero et al., 1997), entendiendo por este segundo el correspondiente a los países de la denominada “Europa Occidental” y excluyendo aquellos que en ese período histórico desarrollaban experiencias de socialismo real bajo la órbita de la Unión Soviética.

El medio televisivo en Estados Unidos se consolidó alrededor de tres grandes emisoras privadas de alcance nacional: ABC, CBS y NBC. Las tres desplegaron una compleja red de emisores de carácter local para distribuir su programación por todo el país. La primera etapa fuerte de desarrollo industrial se experimentó a lo largo de los años cincuenta, cuando fue creado el primer marco jurídico relativo al campo televisivo, en el que se estableció una ley antimonopolística y se configuró un mercado industrial basado en la separación de la emisión de programas de las actividades de producción y distribución. De esta manera, desde el principio se impidió a las cadenas constituirse en productoras de programas y, al mismo tiempo, se evitó que los productores, fundamentalmente los grandes estudios de Hollywood, se convirtieran en propietarios de canales de televisión (Contreras y Palacio, 2000).

¹⁴ Ya en sus primeros albores la televisión había dado cuenta de las enormes posibilidades comunicativas que abría. En 1936 las retransmisiones de los Juegos Olímpicos de Berlín demostraron que la tecnología estaba preparada para sostener el desarrollo económico del nuevo medio.

El surgimiento de la televisión por cable a partir de los últimos años de la década de los setenta y los primeros ochenta, abrió la crisis de este primer modelo en Estados Unidos: las tres grandes cadenas originarias perdieron un porcentaje de su cuota de mercado y las productoras de contenidos, que hasta entonces habían estado excluidas de la posibilidad de tener sus propias cadenas, aprovecharon el cable para introducirse en el negocio. Al mismo tiempo, surgió la televisión de pago, cuyos canales arrebataron a las grandes cadenas los contenidos con mayor posibilidad de audiencia. En este nuevo contexto se produjo un movimiento político determinante. La *Federal Communications Comisión (FCC)*, órgano encargado de la producción y gestión del campo jurídico para las industrias estadounidenses de la comunicación, transformó el marco normativo, estimulando el desarrollo de procesos empresariales de concentración y favoreciendo la entrada en las cadenas de las grandes productoras. Dicho proceso de concentración se agudizará en los años noventa, con la emergencia de bastos consorcios con intereses comunes en varios campos, especialmente Internet, y el desarrollo de la televisión digital.

A tenor de lo expuesto, es evidente que la lógica mercantil y el protagonismo del capital privado se ha encontrado en la base del desarrollo de la industria de televisión en Estados Unidos, así como una primigenia separación técnica y de negocio de las esferas de la producción y la emisión de contenidos, lo que instauró en el sector televisivo una pauta generalizada según la cual las cadenas emitían los contenidos que compraban a empresas productoras externas. Dicha pauta, con excepción de la televisión por cable, continúa siendo central en la industria televisiva estadounidense.

Si podemos hablar de un modelo europeo diferenciado del estadounidense es en la medida en que la construcción de los organismos de televisión en los diferentes países de la llamada “Europa Occidental” tras la Segunda Guerra Mundial compartió un mismo principio rector: el monopolio estatal de un servicio público de televisión (Chaniac y Jézéquel, 2005). En tanto que servicio

público, la televisión de los países occidentales de Europa se distinguió radicalmente de la estadounidense, marcada por la iniciativa privada y la lógica mercantil.¹⁵ Los países europeos construyeron sus estructuras televisivas a través de instituciones públicas: grandes empresas convertidas en industrias audiovisuales que hegemonizaron y controlaron el ciclo completo, de la difusión a la producción de contenidos televisivos. La emergencia en 1954 de Eurovisión vino a implementar esta galaxia de monopolios públicos que vieron aumentar su capacidad y su potencia gracias a esa alianza continental.

En ese contexto de articulación del medio televisivo como servicio público en manos del estado, la financiación del desarrollo de la televisión en la “Europa Occidental” se produjo a través de dos vías fundamentales: una contribución presupuestaria de los propios usuarios del medio televisivo, mediante una política impositiva que gravaba la propiedad y la instalación del receptor en el hogar, y un canon a cargo del Estado mediante subvenciones.¹⁶ Salvo el caso particular de Luxemburgo, monopolio de una sociedad comercial, la coexistencia de un canal privado en Finlandia y el característico sistema de duopolio británico, en su primera etapa la empresa de televisión constituyó un monopolio público en todos los países de la actual UE, situación que se prolongó hasta bien entrada la década de los años ochenta en términos generales (Alonso, 1999). Veamos brevemente las singularidades del desarrollo inicial de la industria televisiva europea como servicio público en los países más determinantes en este sentido:

- *Gran Bretaña:*

La radiotelevisión británica, BBC (*British Broadcasting Corporation*), constituye una institución de referencia. Nacida para el desarrollo del medio

¹⁵ No obstante, conviene reseñar la aparición en EEUU de una red pública (PBS) con vocación educativa en 1966, pero que no alcanza la estructura suficiente como para competir con sus rivales privados.

¹⁶ Como veremos más adelante de manera pormenorizada, el único país que excede esta dinámica general es España, cuya televisión pública (RTVE) ha estado financiada por la publicidad desde sus orígenes.

radiofónico en los años veinte del siglo pasado, se ha beneficiado de su antigüedad en relación a sus consortes europeos y ha gozado de una sólida reputación de independencia respecto al poder político: su consejo de gestión, renovable cada quince años, se ha afanado en protegerla de la intervención directa del gobierno británico. Sus contenidos informativos, divulgativos y de ficción son considerados por muchos los mejores del universo televisivo planetario. Sin embargo, la BBC fue la primera televisión pública que debió confrontarse con la competencia de un canal privado: ITV, red nacida en 1955 y compuesta de diez canales locales propiedad de diversas empresas privadas. Posteriormente, en 1964, la primera cadena de la BBC fue completada con una segunda, BBC 2, con una vocación absolutamente educativa y cultural.

El equilibrio del duopolio televisivo británico se ha explicado tradicionalmente por la ausencia de competencia en el terreno de los recursos. La cadena pública ha gozado históricamente de una enorme estabilidad interna que ha contado con las mayores partidas presupuestarias entre los países de la UE y ha estado preservada de cualquier financiación a través de la publicidad. La red privada ITV se ha beneficiado clásicamente del monopolio de los recursos publicitarios¹⁷, hasta que en la década de los noventa comenzó a implantarse la televisión vía satélite en un contexto de liberalización relativa del medio televisivo que favoreció el paso hacia dinámicas abiertamente mercantiles de gestión de la cadena pública Channel 4, así como la creación en 1997 de un canal comercial: Channel 5. Channel 4 es una cadena de estatus público financiada exclusivamente por la publicidad, fue creada en 1982.

Aunque a partir de los años noventa, el carácter de servicio público de la televisión comenzó a difuminarse en el Reino Unido.

¹⁷ Dicho monopolio no se vio alterado considerablemente con el nacimiento en 1982 de Channel 4, cadena de estatus público financiada exclusivamente por la publicidad, puesto que se desarrolló un acuerdo comercial entre las dos cadenas muy favorable para ambas.

- *Alemania:*

La televisión teutona nació con el sello del federalismo. Su primera cadena surgió en 1953, como federación de una decena de estaciones regionales que ponían en común un fondo productivo de contenidos y programas: la ARD.¹⁸

Siguiendo el esquema británico y obsesionadas por los estragos del modelo propagandístico nazi, las autoridades alemanas se empeñaron formalmente en la articulación de un servicio público de televisión que supiera preservarse de la instrumentalización política, algo que estuvo alejado de la realidad práctica en el contexto de la Guerra Fría y con la RDA como sombra permanente.

En 1963 nació la segunda cadena pública, ZDF, que de manera absolutamente diversa a su predecesora fue creada con un modelo centralizado. En 1956 se introdujo una dinámica mixta de financiación de la televisión pública que incluyó por primera vez la publicidad como fuente de ingresos, aunque con enormes restricciones (horarios determinados) y de manera muy limitada.

- *Francia:*

El sistema público francés de radiodifusión comenzó a construirse inmediatamente después del final de la Segunda Guerra Mundial, bajo la orientación del Consejo Nacional de La Resistencia y como alternativa al modelo comercial que presidió el desarrollo de las radios privadas antes del conflicto bélico. La voluntad fue la de conformar un monopolio de producción y emisión, con la premisa de que la fabricación y difusión de contenidos radiotelevisivos debía ser un bien público bajo la gestión de un organismo de la misma naturaleza. En este sentido, se puso en marcha un ente televisivo único: la Radio-Télévision Française (RTF).¹⁹

La primera cadena comenzó sus emisiones en 1947, siendo completada en 1964 con una segunda y en 1973 con otro canal de carácter regional. La

¹⁸ "*Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland*", significa comunidad de trabajo de las estaciones públicas de radiotelevisión de la República Federal de Alemania.

¹⁹ Desde 1964 ORTF: Office de la Radio-Télévision Française.

singularidad gala consistió en una ley aprobada en 1974 y que estableció un sistema de competencia dentro del propio servicio público. De esta manera, cada uno de los canales de la ORTF se convirtió un año más tarde en una entidad diferenciada .

Desde 1949, la financiación del servicio público de televisión se basó en una política impositiva que grava la compra de receptores y la conexión a la red. Esta dinámica de financiación asumió el mantenimiento de la red y las inversiones necesarias para la ampliación de canales y la creación de infraestructuras de producción de programas hasta 1968. Ese mismo año apareció un proyecto de financiación complementaria tras la creación del segundo canal de televisión. La publicidad se introdujo en la primera cadena y posteriormente en la segunda en 1971, representando el 25% de los recursos globales del ente público.

- *Italia:*

La televisión nació como una empresa privada de emisión radiofónica en 1924 (*Unione Radiofonica Italiana*: URI), que era parte del grupo Marconi. En 1928 pasó a ser *Entidad Italiana de Audiciones Radiofónicas* o EIAR y en 1944 fue renombrada *Radio Audizioni Italiana* (RAI), con dos emisoras de radio en antena. En 1954 la RAI comenzó sus emisiones televisivas a escala nacional y se constituyó en el ente público de radiotelevisión en Italia.

El desarrollo de su financiación corrió parejo a las dinámicas comunes en los países de referencia: tasas a los telespectadores, subvenciones del Estado y publicidad controlada. La particularidad del caso italiano reside en el carácter eminentemente político de su existencia y desarrollo. Los partidos políticos han controlado el servicio público de televisión desde su nacimiento, hasta tal punto que se han repartido los diferentes canales: el primer canal bajo control de la democracia cristiana; el segundo, nacido en 1961, en manos de los socialistas y el tercero, abierto en 1979, orientado por los comunistas. Como televisión estatal, la RAI ha estado sujeta a obligaciones legales consistentes en producir transmisiones de servicio y de utilidad pública en un porcentaje

del horario preferencial.

La mínima radiografía de la configuración inicial del sector televisivo en los países de referencia en el marco de la Unión Europea deja ver la existencia de una lógica común: concordancia temporal en el inicio de actividades, concepción del medio televisivo como servicio público y formas de financiación alejadas de las lógicas mercantiles, así como monopolio estatal y localización de las actividades de emisión y de fabricación de contenidos en las propias cadenas, dibujan un modelo netamente diferenciado de las dinámicas comerciales del sector televisivo en Estados Unidos. No obstante, es importante señalar que no es solamente en su forma institucional y de organización de la producción que podemos hablar de una experiencia común que, aunque con elementos singulares diferenciados, diera cuerpo a un modelo compartido. Sobre todo es el horizonte irrenunciable de sentido en torno a su finalidad política, social y cultural el que preside los albores de la industria europea de la televisión y orienta las primeras décadas de su evolución. Desde este punto de vista, la televisión constituye un campo simétrico a la lógica y la naturaleza del conjunto de los servicios públicos en la Europa de la segunda mitad del siglo pasado.

La proposición “*informar, educar, distraer*”, formulada por la BBC por primera vez, se convirtió rápidamente en la brújula discursiva con la que las televisiones europeas orientaron su devenir práctico.²⁰ Hasta la década de 1970, la política de programación de las grandes cadenas públicas se caracterizó por el compromiso con el establecimiento de un equilibrio permanente entre los tiempos de emisión y los recursos de producción dedicados a las tres esferas referidas. En este sentido, el medio televisivo nació, en términos de contenidos y programas, revestido con un cierto papel formal de agente democratizador cultural. La televisión se empapaba con el patrimonio cultural local, daba cuenta de la actualidad literaria y artística, ofrecía espacio a la divulgación científica, se

²⁰ La BBC actual sigue esgrimido dicha proposición como definición de su misión. “Nuestra misión: enriquecer la vida de las personas con programas y servicios que informen, eduquen y entretengan”, se puede leer en su página web actual (<http://alturl.com/af6o8>).

afanaba en la elaboración de contenidos informativos y creaba obras originales con este horizonte, llegando a convertirse en la herramienta más importante de producción de un imaginario común de las poblaciones en torno al Estado-nación y la lengua que compartían.²¹

²¹ El caso italiano es paradigmático en este sentido. La RAI asume desde sus inicios una auténtica misión pedagógica y contribuye con sus emisiones a la difusión de la lengua italiana, poco socializada en algunas zonas aún después de la 2ª Guerra Mundial. En el conjunto de países de la “Europa Occidental”, la proliferación de adaptaciones teatrales o de programas de divulgación de los usos y costumbres culturales de las regiones que componían los respectivos países era común en este tiempo.

1.2. Hacia la evaporación de las diferencias

A partir de los años setenta se inicia en los países occidentales del continente europeo un cambio de sentido y una redefinición importante del sector audiovisual en su conjunto y del ámbito televisivo en particular, tanto desde un punto de vista tecnológico como económico y político. Hasta entonces, la existencia de monopolios de difusión en materia de televisión se había apoyado en la difícil gestión de las ondas hertzianas y la relativa escasez de las frecuencias. Los avances tecnológicos fueron desgastando esa argumentación a partir de la década de los años setenta.²² La emergencia de las primeras redes de difusión por cable en Bélgica y Canadá influenció enormemente los debates sobre el futuro de la televisión y dejó ver la posibilidad de multiplicación de los canales. Atravesando fronteras y límites territoriales, los primeros satélites de difusión directa hicieron tambalearse a los monopolios nacionales. Pese a todo ello, el factor determinante en la redefinición organizativa y de sentido se jugó en el terreno político e ideológico, con la irrupción del neoliberalismo como corriente de desactivación paulatina del equilibrio social y del universo keynesiano que, orientando las políticas económicas desde el final de la Segunda Guerra Mundial, había propiciado hasta entonces un modelo de relaciones de servicio caracterizado por la hegemonía de lo público.

Lo cierto es que a partir de 1975 se inicia un proceso de desregulación y mercantilización de la industria audiovisual en el territorio occidental europeo, primero en Italia y más tarde en el resto de países de referencia (Sánchez-Tabernero, 1995). Aunque la primera cadena privada de televisión había nacido en el Reino Unido en 1954, de manera absolutamente excepcional en un marco controlado por operadores públicos, en la década de 1980 comienzan a

²² No obstante, conviene reseñar que el cuestionamiento inicial del monopolio comunicativo se produjo en el campo de la radiodifusión y vino de la mano de los movimientos sociales. La emergencia de las llamadas “radios libres y piratas”, experiencias radiofónicas ligadas a formas organizadas de antagonismo social en el territorio europeo, fueron de enorme importancia en este sentido. Italia fue el país donde surgieron con más fuerza a partir del año 1975. Para más información se puede consultar: Prado, 1983; Bassets, 1981; Collettivo Radio Alice, 2002; Berardi, Jacquemet y Vitali, 2003.

generalizarse en toda Europa occidental. En Italia, las pequeñas cadenas privadas de carácter local comienzan a organizarse en redes nacionales que cubren todo el territorio del país, conformando un sector privado emergente de índole nacional. Estas primeras experiencias de televisión privada en el país transalpino se desarrollan en los años setenta en el campo del cable y poco después en la televisión local por ondas. Sin embargo, se trató de iniciativas desarrolladas al margen de la legalidad existente y no se regularizaron hasta la aprobación de una ley a comienzos de los años ochenta. El carácter nacional de la televisión privada fue impulsado por el empresario Silvio Berlusconi, que dirigirá tres redes nacionales de televisión privada desde 1984. Siguiendo el mismo movimiento, ese año nace el canal privado RTL Plus en Alemania y comienza sus emisiones Canal + en Francia. A partir de ese momento, la publicidad se instaura como principal recurso de financiación de la televisión en términos generales y las cadenas privadas se convierten en el motor de un cambio radical de la economía de los servicios televisivos, así como del propio sentido de los mismos. El dominio del mercado audiovisual europeo por parte de las cadenas de titularidad privada se agudizará a partir de los años noventa con la irrupción de la televisión digital, terreno en el que los consorcios privados llevan la iniciativa en la mayoría de los países.

Este proceso de liberalización del sector televisivo no solamente ha descansado en la superación de fronteras permitida por los satélites y generalizada mediante las redes de cable. La apertura de la legislación al sector privado en los países de la Unión Europea ha jugado un papel determinante en todo el proceso. A partir de 1980 las instituciones europeas comenzaron a intervenir en la organización de la televisión, con la intención inicial de definir un mínimo de compromisos comunes para el funcionamiento del conjunto de las cadenas televisivas. En este sentido, la UE abordó la regulación del sector en 1989, con la aprobación de la llamada Directiva de Televisión sin Fronteras.²³ En su texto se determina la

²³ Directiva del Consejo 89/552, de 3 de octubre. Diario Oficial No. L 298 de 17/10/89, p. 23. Para consultar la Directiva en castellano: <http://alturl.com/goxmw>

coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, partiendo de dos ideas básicas:

- Las emisiones transfronterizas son uno de los medios que permiten perseguir los objetivos formalmente trazados por la propia Unión Europea, fundamentalmente el de avanzar en la articulación de un imaginario común y compartido capaz de impulsar la idea de unidad entre los pueblos europeos.
- La televisión constituye un servicio, por lo que resulta imprescindible desarrollar un mercado común televisivo que suprima los obstáculos a la libre circulación de servicios y bienes entre los países miembros de la Unión Europea, tal y como establecía el Acta Única Europea que entró en vigor en 1987.²⁴

Además de establecer límites a los espacios publicitarios en las emisiones televisivas y limitar la hegemonía de la industria estadounidense en la programación de las cadenas europeas, la Unión Europea consideraba que las disparidades en los ordenamientos internos de los diferentes estados miembros en materia audiovisual podían obstaculizar la libre circulación de las emisiones televisivas y distorsionar el mercado común. La norma establecía por tanto el principio general de la televisión sin fronteras obligando a los diferentes países a que garantizaran la libertad de recepción y no dificultaran jurídica o técnicamente la retransmisión en sus territorios de emisiones de radiodifusión televisiva procedentes de otros miembros de la Unión (Linde Paniagua, 1992).

Sin embargo, el respeto a esta primera normativa quedó a merced de la buena voluntad de los diferentes Estados, puesto que el texto dejaba a iniciativa de los diversos gobiernos nacionales la puesta en marcha de mecanismos de vigilancia

²⁴ Diario Oficial No. L 169 de 29 junio 1987.

de su cumplimiento. De esta manera, se dio pie a una cierta desigualdad entre los países con reglamentaciones y organismos eficaces de control y aquellos con una realidad legislativa y reglamentaria débil o inexistente en materia de televisión. Al no existir una base reglamentaria común real, se fortaleció en la práctica la “libre” circulación de mercancías y emisiones. En este sentido, la directiva avaló de hecho las prácticas de deslocalización empresarial de las cadenas.

Sobre la base de esta primera normativa, así como de los posteriores tratados comunitarios, la Unión Europea ha intervenido en el sector televisivo en nombre de la defensa de la competencia y el mercado. El Tratado de Maastricht, el Tratado de Ámsterdam y el Tratado de Niza son buenas muestras de ello.²⁵ A partir de las denuncias planteadas por algunas cadenas privadas de diversos países, la Comisión y el Tribunal Europeo de Luxemburgo han actuado para cuestionar la legitimidad de los sistemas de financiación de las cadenas públicas, puesto que en su opinión la combinación de recursos públicos e ingresos por publicidad de los canales de carácter público estaría entorpeciendo la lógica de libre mercado y distorsionando la competencia en detrimento de las cadenas privadas. De esta manera, las autoridades de Bruselas han propiciado el debilitamiento del carácter de servicio público de la televisión, contribuyendo de manera activa al deterioro de la calidad de las emisiones públicas y a la reorientación de sus contenidos hacia parámetros comerciales: si no tratan de ofrecer programas que generen grandes audiencias para el mercado publicitario, asumen el riesgo de tener una franja de telespectadores muy minoritaria que podría poner en crisis su propia razón de ser y no justificar su financiación pública. Un auténtico callejón sin salida que afecta a las cadenas de televisión públicas y erosiona extremadamente el carácter de servicio público de la propia televisión.

²⁵ Diario Oficial No. C 191 de 29 de julio de 1992; Diario Oficial No. C 340 de 10 de noviembre de 1997; y Diario Oficial No. C 80 de 10 marzo 2001.

1.3. Apunte de contexto: la televisión entre los servicios públicos

Como hemos visto, el desarrollo inicial del medio televisivo en la llamada “Europa Occidental” aparece inevitablemente asociado al despliegue de la categoría de servicio público en el marco del denominado Estado del Bienestar, cuya esencia era el propósito de protección gubernamental de estándares mínimos de renta, alimentación, salud y seguridad física, instrucción y vivienda, garantizada a cualquier ciudadano o ciudadana como derecho político (Cachón, 1995). Entender la lógica que impregna la evolución y las transformaciones de la industria televisiva pasa por interrogarse por la propia categoría de servicio público, así como por los procesos de redefinición de las relaciones de servicio que se han desarrollado en las últimas décadas en el conjunto de la Unión Europea. Para ello se requiere de un acercamiento a la crisis de las dinámicas de regulación social ligadas al llamado Estado del Bienestar en Europa, entendida como ecosistema de una transformación general que ha afectado a la esfera de lo público en su conjunto y a las relaciones de servicio en particular, dotando de contexto de esta manera a la determinante mutación vivida por el sector televisivo a partir de los años setenta del pasado siglo.

Los primeros pasos del desarrollo del sector televisivo están marcados por un contexto de estabilidad social sintetizado en un pacto social en torno a la aceptación universal de la forma taylorista de organización del trabajo, la forma fordista de organización industrial de la sociedad y la forma keynesiana de organización de la política económica. En este cuadro, el servicio emerge por antonomasia como “servicio público”, sus costes son asumidos por la comunidad y la eficacia de sus prestaciones es controlada y organizada por el Estado. El derecho al servicio tiene un carácter constitucional y forma parte del pacto social a través del cual se integra el conflicto social. Desde este punto de vista, el servicio público aparece tanto como resultado institucional de la regulación del conflicto de clase (Aglietta, 1976), como constituido en cruce de caminos en el que se condensan las tensiones sociales y políticas.

En este sentido, el medio televisivo constituye un espacio privilegiado de condensación de equilibrios, tensiones y consensos políticos, representando paradigmáticamente la lógica que preside el desarrollo de los servicios en Europa tras la Segunda Guerra Mundial. Por un lado, la televisión cumple en este periodo la función social de reactivar cotidianamente el dispositivo identitario por el cual los ciudadanos se reconocen como miembros de una sociedad, reforzando el lazo social, dando consistencia cultural y subjetiva al Estado-nación como territorio reconocible, así como asegurando la visibilidad del poder. Por otro lado, la gestión y orientación de los canales públicos de televisión se convierte en asunto relevante en los debates políticos, los conflictos y los consensos entre los partidos.

Hasta el final de los años sesenta, las televisiones públicas europeas funcionaron principalmente regidas por una lógica política e ideológica. La información era tratada de manera que introdujera los hechos en el orden de “verdades oficiales” (Thibau, 1973), mientras que la ficción y el entretenimiento se convertían en las herramientas a través de las cuales los responsables de la programación fijaban los objetivos de democratización cultural. A esa lógica de elección política y cultural correspondía un desarrollo de programas y contenidos que ponía el acento en la producción de homogeneidad. En este sentido, aunque la televisión no ha funcionado nunca como un “gran relato unificado” (Beaud et al., 1984), ha constituido siempre un medio de representación mediante el cual se ha reafirmado cotidianamente la existencia de una ligazón social. No obstante, lo dicho no significa que su devenir inicial estuviera únicamente constituido por una acción simple de inyección ideológica de contenidos en el cuerpo social. La complejidad de su intervención siempre ha sido mayor. Precisamente a partir de su consolidación como servicio público universal, la televisión comenzó a desarrollar toda su complejidad como aparato de articulación de la realidad a través de la activación de dos elementos que resultaron constitutivos de la industria televisiva en sus primeros albores:

1. Se trataba de un medio de segundo orden cuya actividad principal era la selección y la presentación de realidades ya constituidas por otros medios u otros espacios sociales (deporte, política, espectáculo, medio científico, etc.): se presentaba como un instrumento de mediación de una realidad ya constituida fuera de su espacio.
2. La televisión ponía en escena la realidad mediada por una retórica dominante y homogeneizante: producía un relato de legitimación de lo existente.

Al igual que ocurría con el conjunto del sistema de servicios públicos, la televisión operaba inmediatamente como herramienta de legitimación del sistema social y político. De esta manera, el medio televisivo puso de relieve dos características que acompañarían el devenir de los servicios durante este período histórico: por un lado, el servicio se presentaba siempre en tanto que relación (relación de fuerzas entre las clases y, por ende, entre los grupos políticos); por otro lado, el servicio dejaba de ser únicamente “salario indirecto” para convertirse en elemento material de legitimación democrática.²⁶ Tal y como señalan Corsani, Lazzarato y Negri (1996), la ley no regía ya únicamente la relación de las personas entre ellas y con el Estado, sino que organizaba además de manera sistemática la solidaridad social en tanto que realidad universal y extendía los derechos sociales creando las condiciones para una verdadera ciudadanía social. Este desarrollo de la concepción política del servicio afectó directamente a la evolución del medio televisivo, que se convirtió en uno de los engranajes fundamentales de articulación subjetiva de esa ciudadanía social, organizándose como sector en el marco general de creación de instituciones para la gestión estatal de los recursos y las prestaciones propio de la época.

²⁶ Sobre la noción de “salario indirecto” se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

Sobre la base de esta premisa, subrayando el hecho de que el desarrollo de los servicios públicos implica un proceso que no concierne solamente a la evolución de las políticas públicas, sino que afecta a las estructuras constitucionales del propio Estado contemporáneo (Corsani et al., 1996), podemos entender que la crisis del denominado Estado de Bienestar no representa únicamente una crisis financiera, sino una crisis del tejido constitucional mismo. Dicho de otra manera, lo que entra en crisis es la legitimidad política y jurídica de una forma de Estado que redistribuye el producto del esfuerzo económico común a través de los servicios. Desde este punto de vista, la redefinición de los servicios públicos de televisión no se desarrolló tanto en base a un movimiento de privatización de los mismos, como a la erosión de su carácter monopolista a partir de un cuestionamiento político e ideológico de la legitimidad de su función social. La emergencia de una galaxia de canales privados de carácter comercial en cada país, que cambió definitivamente el signo del servicio de televisión, fue la que articuló un régimen de concurrencia que obligó a las cadenas públicas a una transformación que en ningún caso se apoyó en la privatización directa de las mismas, sino más bien en su conversión en un agente más dentro de un mercado altamente competitivo que terminó por subordinar el valor de uso del servicio televisivo a la nueva centralidad de su valor de cambio mercantil.

1.4. El caso español: la excepción que confirma la regla europea

Felicidades, están ustedes haciendo televisión en una caja de zapatos.

Laurence Olivier, tras visitar TVE en 1954.

La primera emisión de televisión en España se remonta al año 1948, durante una exposición de tecnología celebrada en el Palacio de Montjuic de Barcelona y en la que Philips Ibérica había instalado una cámara unida por cable a un monitor situado a treinta metros. A partir de esa fecha se suceden diferentes pruebas técnicas y en 1952, utilizando equipos cedidos por la casa Marconi y con personal del recién creado Ministerio de Información y Turismo, se celebra la primera retransmisión deportiva: con tres voluminosas cámaras y locución de Matías Prats se televisa en pruebas un partido de fútbol para una veintena de altos cargos franquistas.²⁷ Pese a ello, se considera oficialmente que las emisiones de televisión comenzaron en España el 28 de Octubre de 1956, con la creación de Televisión Española (TVE). Ese día apenas había seiscientos televisores en Madrid, única ciudad en la que era posible ver unas emisiones que tuvieron un alcance geográfico de sesenta kilómetros a la redonda.

En los primeros años de vida del ente público de televisión, las condiciones técnicas fueron de una enorme precariedad: solamente se disponía de un plató en Madrid, por lo que se tenía que cambiar de decorado constantemente, y la oferta únicamente comprendía programas en directo, debido a la inexistencia del magnetoscopio. El alcance de las emisiones y la localización de TVE se ciñeron a la capital hasta 1959, año en el que se abrió un nuevo plató en Barcelona y se inauguró el inicio de conexiones hertzianas con otras ciudades. En 1962 la televisión nacional pasó a depender directamente del Ministerio de Información y Turismo, iniciándose un proceso de desarrollo muy intenso, debido al interés estratégico que tenía el medio para el régimen franquista en términos de

²⁷ Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n_Espa%C3%B1ola

producción de información y discurso. En el seno de este impulso al desarrollo del sector televisivo en nuestro país, apareció un segundo canal en 1965, conocido popularmente como “UHF” debido a que utilizaba para sus emisiones esa banda de radiofrecuencia. A partir de ese momento, comenzaron a proliferar las producciones televisivas y el alcance del medio se extendió a todo el territorio nacional.

TVE mantuvo el monopolio de las emisiones y la producción de televisión hasta 1982, año de aparición de la primera cadena autonómica: Euskal Telebista (ETB). A lo largo de toda la etapa monopolística, la televisión constituyó en nuestro país un servicio público que se apoyaba en la financiación publicitaria de manera decisiva. Durante el período de fuerte desarrollo de la cadena pública en la década de los años sesenta, la publicidad se consolidó en el medio televisivo español. Desde 1962 se extendieron los bloques de anunciantes, cuya contratación se efectuaba mediante subasta a las grandes agencias (Rueda, 2005). Se calcula que la incidencia directa de agencias y anunciantes a lo largo de toda esa importante década de desarrollo de la televisión en España podría ser cuantificada entre un 60% y un 80% respecto al desarrollo del conjunto del sistema televisivo del país (Palacio, 2001). En 1966, las aportaciones por publicidad constituían más del 90% de los ingresos de TVE. Este indicador debe ponerse en relación con la dinámica de crecimiento del medio y con los efectos sociales que tuvo la incipiente cultura de consumo masivo ligada al desarrollo económico y al incremento de la renta, fundamentalmente en el ámbito urbano y entre los estratos medios y altos de la estructura social de la época: una cultura de consumo de la que la televisión era al mismo tiempo causa y consecuencia. De esta manera, en 1969 se creó en el ente público de televisión un departamento especializado, la *Gerencia de Publicidad*, responsable de la gestión directa de los activos publicitarios en un contexto en el que la facturación del sector

publicitario aumentó considerablemente en nuestro país: de 2.362 millones de pesetas en 1966 a 3.421 millones en 1968.²⁸

A partir de lo expuesto podemos concluir que el inicio de la industria televisiva en España muestra un punto de convergencia y otro de separación del modelo europeo del que hemos dado cuenta en páginas anteriores. Por un lado, el inicial servicio televisivo tuvo un carácter público y era el Estado el que tenía su titularidad, como en el resto de países del entorno. Además, los ciclos de producción de contenidos y de emisión de los mismos estaban completamente unidos en una dinámica productiva cuya única titularidad competía a TVE. Por otro lado, la partida básica de ingresos provenía de la publicidad, que llegó a constituir casi prácticamente el único medio de financiación. A esta centralidad de la financiación por publicidad como anomalía en el contexto europeo, hay que añadir la falta de un marco jurídico específico para la televisión hasta 1980, así como la inexistencia de cadenas privadas hasta 1990, muchos años después de la emergencia de la televisión privada en otros países del continente.²⁹

Es precisamente la fase de desarrollo de la televisión en nuestro país a partir de la década de los años ochenta la que nos resulta de mayor interés, pues en ella encontramos las transformaciones decisivas de la industria televisiva que desembocarán en el modelo actual. El fin del monopolio de TVE, la aparición de nuevos canales de televisión (locales, autonómicos y privados), el desarrollo tecnológico hacia la digitalización, la liberalización y la concentración mediática, así como el despliegue definitivo de una concepción abiertamente comercial del

²⁸ El volumen de inversión pasó de 15.000 millones de pesetas en 1965 a 17.000 millones tres años después, mientras que el coste de la publicidad emitida por TVE se incrementó desde 1.563 millones en la campaña 1964-1965 hasta 2.432 en 1968-1969 (Rueda, 2005).

²⁹ En 1966 se instauró la denominada “Ley de prensa”, emblema de la política informativa en los años sesenta. Inserta completamente en la lógica estructural del régimen franquista, constataba el peso cada vez mayor de las elites reformistas. Aunque forzó la desaparición de la censura previa, estableció una rígida normativa contra la vulneración del marco jurídico general (Ley de Principios del Movimiento Nacional y otras Leyes Fundamentales). No obstante, la televisión quedó excluida de este marco jurídico, pese al interés fallido de diversos sectores del Ministerio de Información por articular una normativa específica que regulara el desarrollo de la industria televisiva (Rueda, 2005).

medio televisivo que redefine la naturaleza y el sentido del servicio público, constituyen los elementos más relevantes de este desarrollo y los campos en los que intervendrán las políticas audiovisuales implementadas por los diferentes gobiernos de nuestro país desde el fin del franquismo. La industria televisiva muta y con ella no solamente las formas de producir, emitir y ver televisión, sino las mismas relaciones y agenciamientos entre esas tres esferas, así como los propios contenidos televisivos.

1.5. Políticas audiovisuales y marcos normativos: sentido y cualidad de la diversificación mercantilizada

El campo de las políticas audiovisuales constituye un terreno marcado por el conflicto, la confrontación de diferentes racionalidades y la interacción entre intereses diversos. Dichas políticas basculan sobre los mecanismos para la toma de decisiones, sus contenidos concretos y el marco normativo que los ampara y los regula. La piedra de toque de los poderes públicos en el ámbito televisivo partió en su momento de la premisa básica de la economía política usual: la escasez de recursos. La administración y atribución de las frecuencias de emisión, hasta hace poco un recurso escaso, ha constituido el elemento clave de las políticas públicas en el terreno televisivo, junto a la gestión de las infraestructuras y los fondos públicos, así como la articulación de un marco para la competencia entre los diferentes grupos empresariales de comunicación. Se trata de elementos fundamentales de unas políticas que, como apuntan Giordano y Zeller (1999), abordan básicamente tres tipos de problemas interrelacionados que remiten a diferentes horizontes temporales:

1. *Políticas de largo plazo* con incidencia estructural sobre el medio y las telecomunicaciones en su conjunto. En el ámbito que nos ocupa, las intervenciones se centran en el desarrollo de modelos de televisión, el ordenamiento del sector y la gestión de la televisión pública. Igualmente, la política industrial y el marco jurídico sobre el que ésta descansa, es decir, legislación sobre telecomunicaciones, resultan vitales a la hora de dar cuenta del desarrollo de infraestructuras básicas para el despliegue de la televisión digital terrestre, por satélite o por cable, formas de televisión de las que hablaremos más adelante.

En cualquier caso, las políticas a largo plazo tal vez sean las que presenten una mayor dificultad para los poderes públicos a la hora de desarrollar su intervención en el ámbito audiovisual, puesto que a este nivel encontramos la convergencia de diferentes actores: ministerios,

gobiernos autonómicos, empresas y, en algunos casos, hasta los ayuntamientos en alianza con compañías multinacionales.

2. *Políticas de medio plazo* conectadas con el devenir de sectores productivos ligados a la televisión y fundamentales para ésta. El desarrollo de un sector específico de producción de contenidos, así como del ámbito cinematográfico, constituye el polo de actividad más importante en este sentido. Este tipo de políticas, cuando se dan en un marco de estabilidad en su aplicación, tienen efectos estructurales de enorme calado, sobre todo en lo que a la oferta televisiva se refiere. La aplicación a escala nacional de la legislación de la Unión Europea sobre cuotas de programación o límites al tiempo de publicidad en las emisiones, constituye un buen ejemplo de este tipo de políticas.
3. *Políticas de corto plazo* o medidas de ordenación, decisiones de carácter coyuntural que tratan de regular situaciones imprevistas o disfunciones en el diseño y desarrollo de las políticas estructurales.

La política audiovisual en España ha estado caracterizada clásicamente por una enorme debilidad e indefinición respecto a cuestiones de incidencia significativa en la estructuración del sector. Tanto la definición real de un modelo de televisión pública, como la creación de un marco reconocido para la televisión local y comunitaria, han sido asignaturas pendientes de un proceso legislativo que ha definido la liberalización y comercialización del medio televisivo como su horizonte permanente. Dicho proceso ha tenido en la exclusión de la sociedad civil y en la ausencia de debate social participado dos de sus elementos más significativos. Desde este punto de vista, podemos decir que la intensa reestructuración del sector televisivo que ha vivido nuestro país en los últimos veinticinco años ha partido de un déficit democrático considerable.

Aunque los elementos que dan cuerpo a una política de comunicación audiovisual son diversos y muy complejos, las políticas aplicadas sobre el sector televisivo han estado determinadas en España por la voluntad política de reestructurar las industrias culturales en su conjunto, intensificando los procesos de concentración y centralización de capital, así como su internacionalización. Las estrategias legislativas han consistido básicamente en decisiones de política industrial orientadas a través de parámetros fundamentalmente económicos y determinadas por las exigencias de los grandes grupos empresariales de comunicación. La normativa en torno a la regulación de la televisión privada, la adjudicación de nuevos canales por satélite o de TDT, así como de las redes de televisión por cable, políticas que analizaremos más adelante, representan buenos ejemplos en este sentido.

Es evidente que la regulación del sector televisivo y las políticas audiovisuales en su conjunto ponen de manifiesto un preocupante déficit democrático que afecta también a otros ámbitos de las políticas públicas y que se relaciona directamente con la posición de privilegio que detentan las empresas y los grandes grupos económicos como interlocutores del sistema político (Giordano y Zeller, 1999). En este sentido, las compañías y los agentes patronales han sabido trasladar sus propios intereses estratégicos al contenido de las políticas públicas, así como marginar las cuestiones que no presentan un interés relevante para la industria audiovisual de carácter privado. La ausencia de una legislación que incluya la posibilidad de desarrollo por parte de la sociedad civil de un tercer sector de comunicación, más allá del Estado y las empresas privadas, así como la tardía adopción de la normativa europea y la prolongada indefinición en relación a la televisión local apuntan en esta dirección. La persecución y cierre de experiencias comunitarias de radio y televisión, como el caso de las denominadas “radios libres”, junto con la ausencia de apoyo a emisoras locales de televisión surgidas en el seno de tejidos y movimientos asociativos, vienen a intensificar esta dinámica.

En ese contexto, el primer paso legislativo en materia de regulación del sector televisivo se dio en 1980, con la aprobación del Estatuto de la Radio y la Televisión, instancia clave que estableció la televisión como servicio público esencial de titularidad estatal.³⁰ Dicha norma básica sufrió numerosos intentos de reforma por parte de la empresa privada, que recurrió al Tribunal Constitucional en varias ocasiones para intentar una modificación del texto legal que pusiera fin al monopolio de TVE.³¹

Dicho monopolio se rompió en 1982 con la aparición de la televisión autonómica vasca (ETB), aunque dicho movimiento no supusiera todavía que la actividad televisiva saliera del ámbito público. El nacimiento de esta nueva cadena se produjo sin amparo legal, por lo que un año más tarde se aprobó la Ley del Tercer Canal de Televisión³², que abría la posibilidad de que las comunidades autónomas gestionaran servicios públicos televisivos: se otorgaba en régimen de concesión y para el ámbito territorial de cada comunidad la posibilidad de crear una televisión, en los términos fijados por sus respectivos Estatutos de Autonomía y por el Estatuto de 1980. En el seno de este nuevo marco surgieron diferentes entes que controlaron diversas cadenas autonómicas. En 2000 existían siete operadores que controlaban once cadenas: TVG en Galicia, ETB1 y ETB2 en Euskadi, TV3 y Canal 33 en Cataluña, Canal 9 y Punt Dos en Valencia, Canal Sur y Canal 2 Andalucía en Andalucía, Telemadrid en la Comunidad Autónoma de Madrid y Televisión Autónoma de Canarias. El desarrollo de la televisión digital terrestre (TDT) en los últimos años ha favorecido la aparición de nuevos entes, como los de Aragón, Castilla-La Mancha, Extremadura, Murcia o Asturias.

³⁰ Cfr. Artículo 12. Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión.

³¹ Antena 3 protagonizó uno de los primeros y más relevantes intentos en este sentido, que se saldó con una sentencia negativa del Tribunal Constitucional (STC 12/82, de 31 de marzo de 1982). También se puede consultar STC 74/1982, de 7 de diciembre. Para profundizar en el tema ver: Laguna de Paz, 1994.

³² Ley 46/1983, de 26 de diciembre.

Sin embargo, el paso legislativo definitivo hacia la liberalización del sector televisivo y su vuelco total hacia las lógicas netamente mercantiles vino con la aprobación de la Ley de Televisión Privada en 1988, por la que se autorizó la creación de entes privados de televisión en nuestro país. Como han señalado Giordano y Zeller (1999), la apertura del espacio privado para el empeño de la actividad televisiva se desarrolló en condiciones marcadamente restrictivas. El uso de un modelo centralizado y globalizado al mismo tiempo, actuó como un instrumento de intensificación de la concentración de medios y de la transnacionalización de las empresas de comunicación. La barrera legal que estableció la nueva norma, limitando el número de cadenas privadas a tres, dos con emisión en abierto y otra codificada, se relacionó con los objetivos de los grandes grupos empresariales de la comunicación. El elevado umbral económico para la obtención de licencias que establecía el texto jurídico (10.000 millones de pesetas de capital) propició la participación de capital financiero e industrial, así como de grupos extranjeros. Esta participación de capital financiero e industrial respondió a una estrategia de diversificación de dichos actores hacia el conjunto de las industrias de la comunicación. Lo cierto es que el contexto que desató la orientación legislativa del proceso generó una rápida y fuerte concentración de medios. En este sentido, las alianzas empresariales que se configuraron se apoyaron sobre la base de grupos ya existentes o se modelaron por yuxtaposición de medios: los tres grupos que obtuvieron licencias de televisión privada poseían tres de las cuatro grandes cadenas de radio privada de nuestro país. Los nombres propios de este proceso fueron: Grupo PRISA en Canal +; ONCE y Fininvest (Berlusconi) en Tele 5; Godó (La Vanguardia), con el respaldo de Prensa Española (ABC) y BBV (Grupo Correo), así como de los editores de los semanarios más conocidos del corazón, en Antena 3. Los tres grupos que se hicieron con la televisión privada controlaban más de quinientas emisoras de radio en 1991 (un 80% de la audiencia de la radio privada), un importante porcentaje de la prensa diaria, tenían sus propias agencias de publicidad y ocupaban un papel preponderante en otras industrias culturales.

La aparición en el panorama audiovisual español de las cadenas privadas en 1990, supuso el comienzo de una erosión de la posición hegemónica de la televisión pública y la instauración de un nuevo modelo de competencia que transformó tanto el sistema de producción audiovisual, como la política publicitaria y las dinámicas de programación de contenidos y programas por parte de las cadenas. En menos de una década, el sector televisivo español pasó de ser un escenario sin competencia a convertirse en un duro mercado, especialmente competitivo. En ese contexto, TVE sufrió una importante crisis de identidad y un relativo vuelco paulatino hacia formas de gestión acordes con el panorama mercantil que se había abierto, cuestionándose la propia cualidad del servicio público y primando lógicas de negocio que conllevaron un deterioro del contenido del propio servicio.

A finales de los años noventa se consolidó económicamente el nuevo modelo, con un mercado audiovisual caracterizado por un gran crecimiento tanto de los ingresos publicitarios, como de los beneficios de los operadores privados. Mientras que el producto interior bruto creció un 2'2% de media anual entre 1991 y 1999, la inversión publicitaria en prensa, radio y televisión lo hizo un 4%. A pesar de la relativa crisis que experimentó el mercado en 1993, año en el que la inversión total descendió un 6% respecto al año anterior, la tendencia se mantuvo marcadamente alcista, llegando a aumentos del 20'3% en 1998 y 17'3% en 1999. La subida se confirmó en 2000, año en el que las cadenas nacionales consiguieron sus mayores ingresos publicitarios (GECA, 2001).

Este comportamiento continuado de la inversión publicitaria originó grandes beneficios para los operadores privados. La segunda mitad de la década de los noventa fue testigo de una etapa en la que los beneficios netos de las cadenas privadas aumentaron constantemente. Durante los primeros años de liberalización del mercado, el sector televisivo estuvo dominado por los canales terrestres de ámbito nacional, que concentraban un alto porcentaje de los recursos, atraían la mayor parte de la audiencia y acaparaban más del 80% de la

inversión publicitaria en televisión (Sánchez Tabernero et al., 1997).

En cuanto a la evolución económica de las cadenas privadas, Canal + fue la primera cadena que obtuvo beneficios de forma continuada y en 1993 ya consiguió unos resultados positivos de 15'4 millones de euros. Por su parte, Telecinco y Antena 3 comenzaron a obtener beneficios a partir de 1997 y 1998 respectivamente. Ambas cadenas superaron los 120 millones de euros en el año 2000 (Sánchez Tabernero et al., 1997).

El desarrollo de las cadenas privadas y su hegemonía efectiva, tanto en cuotas de audiencia como en potencial económico, erosionó enormemente el carácter de servicio público de la televisión, produciéndose una mutación de sentido en la propia relación de servicio: del valor explicativo de la categoría de servicio público se pasó paulatinamente a la concepción de “servicio al público” (Cebrián Herreros, 2004). Detrás de este juego de palabras se esconde un matiz ciertamente relevante. Mientras que el servicio público se apoya en una concepción formal de la televisión como una herramienta fundamental para el desarrollo social y cultural, por lo que se encomienda su gestión a organismos públicos formal y supuestamente ajenos a intereses mercantiles, la idea de servicio al público parte de una concepción plenamente mercantil del fenómeno televisivo: todo se sitúa en función de la cantidad de audiencia que se produce y que incrementa los ingresos económicos a través de la contratación de espacios publicitarios. Dos modelos de televisión formalmente diferentes. Consideramos esa diferencia entre modelos de naturaleza meramente formal, puesto que la gestión de la televisión pública por parte del Estado no parece haber servido tanto para desarrollar los principios generales que rigen la idea de servicio público (fomento de derechos y libertades, pluralismo, veracidad, etc.), como para convertir las cadenas públicas de televisión en instrumentos del juego político por parte de los partidos en el gobierno, correas de transmisión de una subjetividad sistémica, generalmente acorde con los imaginarios y los intereses dominantes. Desde este punto de vista, el enemigo del servicio público no ha

sido solamente la mercantilización que ha cambiado de signo el servicio televisivo en nuestro país, sino la constante distancia de la materialización y el desarrollo concreto del servicio público de televisión respecto a su concepto de referencia.

1.6. De Analogia a Digitalia: realidades y ficciones de la New Economy

En cuanto la red empezó a difundirse y a mostrar sinergias culturales, técnicas y comunitarias llegaron los comerciantes y los publicitarios y toda su cohorte de fanáticos del beneficio.

Franco Berardi

Nos encontramos con la paradoja de que en este inicio de la era digital, de la generalización de la informática, de las redes de telecomunicaciones y de Internet por todo el sistema –hasta el punto de dotarnos de habilidades ciber inimaginables hace una década- es coetánea a una crisis sistémica y de reestructuración negativa del sistema y a un deterioro de niveles y calidades de vida.

Ramón Zallo

Pese a que el elemento más determinante de la profunda transformación del sector televisivo en España y en el conjunto de la Unión Europea ha tenido un carácter político, materializado en cambios legislativos y jurídicos sobre los que se ha redefinido el servicio televisivo y se han modificado los mercados, el cambio tecnológico hacia la digitalización de los procesos productivos y las emisiones ha funcionado como soporte material de la evolución de la industria audiovisual en su conjunto, afectando a los entornos de creación, operación, transformación y distribución de productos.

En el marco de la invisibilización de los procesos productivos que generalmente caracteriza los análisis de las industrias culturales, la digitalización del medio televisivo suele ser abordada dando cuenta únicamente de la emergencia de los canales digitales de televisión a partir de la segunda mitad de los años noventa, dejando en sombra los procesos de digitalización del trabajo, así como sus consecuencias sobre la calidad del mismo. En este sentido, es necesario que distingamos desde el principio un doble proceso de desarrollo de la tecnología digital:

- a) La digitalización de los procesos productivos y la consecuente reorganización de los mismos
- b) La emergencia de las plataformas digitales de televisión y el apagón analógico.

La digitalización de los procesos productivos propios de la fabricación de contenidos y mercancías televisivas ha seguido la estela de los cambios tecnológicos generales que han afectado al conjunto de los sectores productivos en los últimos treinta años. La introducción masiva de la informática, elemento fundamental de la constelación de las llamadas nuevas tecnologías, constituye una ruptura en la historia de las técnicas y determina un cambio antropológico considerable que afecta de manera intensa tanto a los trabajadores y trabajadoras, como a los procesos de trabajo. La separación entre el soporte material y el software, así como la interconexión generalizada entre máquinas heterogéneas, rompe con la relación que hasta ese momento tenía cualquier objeto técnico con su función: la máquina deja de tener una función predeterminada. Desde este punto de vista, la difusión de la “máquina ordenador conectada en red” transforma la relación operario-máquina. Si en los procesos industriales taylorizados clásicos la distribución del saber productivo entre trabajador y máquina resultaba asimétrica, experimentándose una relación de “dominación” unidireccional, la aplicación del ordenador personal ha generado una relación de una naturaleza diferente: la dominación deja su lugar a la asistencia. Tal y como señala Jollivet (2001), el concepto de relación de asistencia incluye una interacción en la que la iniciativa y la prescripción del trabajo son ‘compartidas’. Obviamente, la máquina actúa y puede ‘dictar’ el trabajo al operario, pero en la relación de asistencia cognitiva y relacional *hombre-máquina*, la máquina está lejos de dictar la integralidad. Con la relación de asistencia, la eficiencia del proceso productivo no es ya determinista, sino que depende de la interacción específica y contextual entre el trabajador, en su singularidad, y la máquina particular. Por otro lado, el ordenador, en tanto que tecnología de asistencia cognitiva y relacional, se convierte en un mecanismo de aumento reseñable de la

productividad: es portador de una fluidificación y reducción del tiempo entre las fases de invención, producción y difusión.

A partir de las consideraciones generales reseñadas, podemos decir que el principal elemento de la digitalización de la producción audiovisual ha sido la informatización de los procesos de trabajo, proceso que ha afectado de manera determinante a la edición de los materiales audiovisuales. Tal y como apunta Fandiño Alonso (2001), la sustitución de los procedimientos de edición electrónica por sistemas operativos de carácter digital ha permitido la transición desde un proceso lineal, basado en la realización de una copia de una cinta a otra cinta de volcado en orden secuencial, hacia una dinámica productiva no lineal en la que las imágenes y los sonidos son susceptibles de ser modificados y editados en el orden que se considere oportuno una vez volcados al sistema. De esta manera, los materiales audiovisuales pasan, una vez que han sido introducidos en una computadora, a convertirse en datos que desde interfaces cada vez más manejables y sencillos, basados en entornos de ordenador personal, pueden ser manipulados y gestionados por operarios que no precisan de una especial formación tecnológica.

Esta ruptura con la linealidad del proceso productivo de las mercancías audiovisuales encuentra en la edición de imágenes uno de sus campos de incidencia más relevantes, pero no solamente. La ejecución del material escrito obligaba hasta la aparición del ordenador personal a realizar estructuras lineales en la narración conceptual, de tal manera que las ideas eran trasladadas al papel de modo secuencial. La irrupción de la computadora en el tratamiento de textos cambió radicalmente las posibilidades de trabajo con material textual. La no linealidad del nuevo medio ha proporcionado formalmente mayor autonomía creativa a los trabajadores, los guionistas entre ellos, posibilitando una realización más eficaz y rápida de las tareas de recopilación, organización, consulta, redacción y distribución de los materiales.

El impacto de la tecnología informática y de la digitalización ha sido enorme, incidiendo de manera determinante en los niveles de productividad. Maquinarias más económicas y universales, sistemas operativos maleables, aumento de la eficacia técnica, disminución de los tiempos de producción o abaratamiento de costes son elementos que han contribuido de manera determinante a incrementar unos niveles de productividad que, pese a su crecimiento, no se han traducido en una reducción del tiempo y la intensidad del trabajo:

“Yo antes trabajaba con una cámara que había sido diseñada para ser operada por dos o tres personas, uno está haciendo el encuadre y tal y el otro está con el foco y tal, pero ahora las cámaras están diseñadas para que un solo operador pueda hacer esas cosas y eso hace que se esté perdiendo calidad, porque uno no puede estar pendiente de todo. Lo que pasa es que luego han dado un paso más allá, porque te dicen ‘ya no lleves sonidista, que el mismo redactor haga el sonido, que el mismo cámara después que vaya y que edite... oye, que para qué va a ir un cámara, vete tú solo y graba’. Al final es eso, se va el redactor, hace cuatro planos, luego él mismo va y lo edita y al final así está la televisión en España”.

[Entrevista 17]

“Con el digital se ahorra tiempo, se tarda menos en hacer las cosas. El problema es que desde producción, al ser conscientes de esto, de la aceleración con el proceso digital, pues ajustan mucho más los planes de rodaje y al final se cae otra vez en la misma dinámica de estrés y de rabia que te da de cómo te exprimen”. [Entrevista 18]

“(...) Un equipo de cuatro personas que llevaba un cámara, con un realizador, con un ayudante y un sonidista, y ahora va uno solo, o sea, hay tres que se han ido a la calle y luego un montador, que ahora ya ni eso, porque el mismo redactor agarra y monta la pieza”.

[Entrevista 16]

Las estrategias empresariales de aplicación de las nuevas tecnologías de digitalización de los procesos productivos, en un contexto gerencial de obsesión constante por la reducción de los costes de producción, parecen haber generado cuatro consecuencias fundamentales: intensificación del trabajo, pérdida de profesionalidad en los procedimientos, disminución de la calidad de los productos y destrucción de empleo. Las nuevas aplicaciones digitales han

generado nuevas exigencias para el trabajador que derivan en nuevos riesgos.

Como apunta Moreno Giménez (2001), estas exigencias han supuesto:

- La polivalencia funcional, que implica no la realización de diferentes tareas en distintos momentos, sino integrar funciones en un mismo puesto y, al mismo tiempo, generando como consecuencia un sobreesfuerzo para el trabajador, así como pérdida de otros puesto de trabajo. Tanto las grandes cadenas de televisión, como las pequeñas empresas productoras de contenidos, tienden básicamente a una rentabilidad económica que significa disminuir costes a través de una rentabilización máxima de los puestos de trabajo.
- Mayor presión del tiempo para realizar tareas cada vez más complejas, así como mayor número de ellas.
- Una intensificación de la flexibilización gerencial de los tiempos de trabajo, adaptándose el trabajador a los ritmos de la producción.
- La obtención de un conocimiento multidisciplinar de todo el proceso de la producción.

Aunque la digitalización de los procesos de producción tuvo su comienzo en la industria televisiva europea a principios de la década de los años ochenta, no fue hasta la mitad de la década siguiente cuando la tecnología digital se introdujo a nivel de la difusión, permitiendo el aumento considerable de la oferta de canales y generando la multiplicación de cadenas de pago.

Cuando hablamos de televisión digital hacemos referencia a un medio que se define por la tecnología que utiliza para transmitir su señal. En contraste con la televisión tradicional, que enviaba sus ondas de manera analógica, la televisión digital codifica sus señales de forma binaria, habilitando así la posibilidad de crear vías de retorno entre consumidor y productor de contenidos, lo que genera la capacidad de crear aplicaciones potencialmente interactivas.

El apagón analógico es el nombre con el que se conoce al cese de las emisiones analógicas de los operadores de televisión y radio de los países de la Unión Europea. La Comisión Europea propuso en mayo de 2005 como fecha límite el año 2012 para todos los países. Aunque en España el apagón estaba previsto para ese año, en el Real Decreto del 29 de julio de 2005 el gobierno español lo adelantó a 2010, excepto en Soria, que sucedió en 2008 como prueba piloto.

El territorio desde el que se expandió originalmente la digitalización de las emisiones fue el satélite, debido a que la técnica de difusión satelital es la que exige menos inversión en infraestructura comparada con el cable o con las redes hertzianas terrestres. Como de costumbre, los Estados Unidos abrieron la puerta a la digitalización: desde 1994 una oferta digital vía satélite es operacional a través de la compañía *Direct TV*, que oferta más de 150 canales. En la Unión Europea la veda se abrió en 1996. Ese año iniciaron sus emisiones las plataformas digitales *CanalSatellite* en Francia, *D+* en Italia y *DF1* en Alemania. Gran Bretaña comenzó la difusión digital vía satélite en 1998, a través del operador *Sky Digital*. En España *Canal +*, ya presente en el país desde 1989 con una cadena hertziana de pago, lanzó la plataforma *Canal satélite Digital* en enero de 1997, vinculado al Grupo PRISA. Desde septiembre del mismo año, opera además *Vía Digital*, una plataforma creada por iniciativa del Grupo Telefónica. En 2003 ambas plataformas se fusionaron dando lugar al nacimiento de *Digital plus*.

Sin embargo, existen otros medios y territorios de desarrollo de la difusión digital que acompañan al satélite en nuestro país:

- Cable:

Tal y como señala la Wikipedia, la televisión por cable o televisión paga, comúnmente llamada simplemente “cable”, es un sistema de servicios de televisión prestado a los consumidores a través de señales de radiofrecuencia que se transmiten a los televisores fijos a través, fundamentalmente, de fibras ópticas.

Tal y como apunta el propio Ministerio de Industria, Energía y Turismo, se trata de un sector que ha sufrido en España un intenso proceso de concentración que ha dejado las trece empresas adjudicatarias originales del servicio reducidas a tan sólo cuatro³³: *Telecable*, que opera en Asturias y que se encuentra en manos del fondo de inversiones estadounidense The Carlyle Group, que posee el 85% de la compañía; *R*, operador global de telecomunicaciones de Galicia, cuyo accionista mayoritario es la compañía británica CVC Capital Partners (70% de las acciones) y da servicio a hogares y empresas de dicha comunidad autónoma; *Euskaltel*, primer operador en poner en marcha una cabecera de Televisión Digital por Cable, despliega sus servicios en el País Vasco y es propiedad de la entidad financiera Bankutxa (49,9%), de los fondos de inversión Trilantic e Investindustrial (48,1%) y de Iberdrola (2%); y *ONO*, operador de cable que concentra la mayor parte de las concesiones de prestación de servicios y que, desde que en agosto de 2005 la empresa adquiriera la filial de telecomunicaciones del *Grupo Auna*, presta sus servicios en Andalucía, Aragón, Baleares, Canarias, Cantabria, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Madrid y Murcia, con una infraestructura propia de cable de fibra óptica de 11.000 kilómetros de red troncal y 20.000 kilómetros de red local. El principal accionariado de *ONO* es estadounidense.

- *Televisión Digital Terrestre (TDT)*:

Se trata de la transmisión de televisión mediante una señal digital y a través de una red de repetidores terrestres. Desde diciembre de 2005 todas las cadenas emiten oficialmente en España en este sistema. En el año 2000 entró en funcionamiento la primera plataforma comercial de Televisión Digital Terrestre (TDT) en nuestro país. *Quiero TV*, plataforma de pago que cesó sus distintas emisiones en 2002. En 2005 se produjo el relanzamiento del proyecto de la TDT. Para ello, se adjudicaron nuevas licencias para la explotación de las frecuencias

³³ <http://alturl.com/7wrqa>

abandonadas por *QuieroTV*. También se llevaron a cabo diversas campañas promocionales y se aprobó un paquete de medidas legislativas.³⁴

- Televisión por ADSL:

La televisión por banda ancha es relativamente nueva en muchos países. La empresa Telefónica lanzó en España un servicio llamado *Imagenio* ofreciendo un paquete de servicios que incluye televisión digital, acceso a Internet mediante banda ancha y voz sobre protocolo IP (voIP). En el 2006, el servicio *Imagenio* alcanzó la cifra de 206.572 clientes. Este tipo de servicios, ha hecho que el par de cobre o hilo telefónico se consolide como una alternativa válida para recibir canales temáticos de televisión, vídeo “a la carta” y espectáculos o películas de pago previo (Pagar Por Ver). Los avances tecnológicos en el sistema ADSL, que han llevado al desarrollo y expansión de la tecnología ADSL2+ en España, permiten mayor velocidad de conexión y la transmisión de centenares de canales, además de diversas posibilidades interactivas, argumentos suficientes para que las compañías de televisión por ADSL hayan apostado por un método de difusión más económico que el cable, ya que se aprovecha la infraestructura telefónica existente.³⁵

En cualquiera de los sistemas de difusión por los que la nueva televisión digital llega hasta los televisores, su desarrollo implica varias dimensiones de transformación. Comúnmente se señala el despliegue de la relación interactiva entre suministradores y destinatarios de los canales como uno de los elementos más significativos (Sánchez-Taberner et al., 1997), emergiendo la posibilidad de realizar transacciones electrónicas sobre la misma plataforma técnica de acceso a los productos audiovisuales y desatándose nuevas fuentes de negocio en torno a nuevos servicios de consumo ofertados (videoclub, juegos, compra de contenidos, etc.). Sin embargo, y pese a las continuas afirmaciones en torno al hecho interactivo, el nivel de penetración de la televisión interactiva en nuestro

³⁴ <http://alturl.com/tj4te>

³⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/IPTV#Definici.C3.B3n_de_IPTV

país era todavía muy pequeño en la primera mitad de la década pasada: en 2006 solamente llegaba al 10% de los hogares aproximadamente.³⁶

Lo que sí parece cierto es que la televisión digital es una de las manifestaciones más importantes de la convergencia tecnológica entre medios de comunicación y entretenimiento. En este sentido, uno de los objetivos más reseñables es la acumulación de contenidos para otorgarles un nuevo valor derivado de agregaciones y combinaciones múltiples. Las plataformas digitales ofertan, además de programas de cine y televisión típicos clasificados por temas o por valor comercial, emisiones de audio y radio, acceso a Internet con todos sus servicios asociados e interconexión con algunas utilidades de los teléfonos móviles. También cuentan, a través de las capacidades de los descodificadores o terminales, con videojuegos, operaciones de video digital, guías para la orientación de los consumidores y portales propios con información (Arnanz, 2002). Al mismo tiempo, el desarrollo de la televisión digital parece romper con el principio económico de escasez que hemos señalado en páginas anteriores. Si en la época de la televisión analógica el espectro radioeléctrico era considerado como un bien escaso, justificando un monopolio por parte del Estado hasta la década de los años noventa, televisión digital y mayor capacidad de transporte de señales audiovisuales parecen ser dos conceptos análogos.

Lo que parece evidente es que la televisión digital ha contado desde sus inicios con una naturaleza puramente mercantil, alejada de cualquier valor de servicio público que pudiera concederse al hecho televisivo en otros contextos sociales y políticos. Cuando el medio televisivo se abría camino en Europa allá por los años cincuenta del pasado siglo, la inversiones más importantes para la constitución de

³⁶ “(...) En una jornada titulada *Televisión Digital Terrestre: nuevos modelos de comunicación*, celebrada ayer en San Sebastián, el responsable del programa *Emplea-t* de RTVE, aseguró que el índice de penetración de la televisión interactiva se sitúa en un 10%, principalmente porque la mayoría de los sintonizadores que se están adquiriendo no permiten acceder a todas las posibilidades que puede ofrecer la TDT. Calculó que en España se han vendido un máximo de 2,8 millones de estos descodificadores, aunque advirtió de que el 90% son los denominados *zapper*, que sólo sirven para sintonizar los 21 canales digitales y no para hacer uso de las aplicaciones interactivas.” (El País, 28/11/2006).

una red de difusión y la articulación de equipamientos y medios de producción fueron realizadas en el marco de desarrollo de un servicio público. En el universo comercial y de competencia de nuestros días, se trata para los inversores privados de conquistar de golpe las partes del mercado que potencialmente muestran visos de poseer una alta rentabilidad futura. Esta lógica de desarrollo ha provocado que los operadores de telecomunicaciones más importantes se hayan convertido en protagonistas del proceso al entrar en la propiedad y gestión de los medios analógicos tradicionales para tomar posiciones de fuerza en diversos ámbitos convergentes de la televisión digital, en un proceso de desarrollo de una concentración muy intensa de los medios y las cadenas en unas pocas compañías transnacionales, configurándose de esta suerte una especie de oligopolio mundial en el campo de la comunicación. Tal y como apunta Arnanz (2002), los grandes operadores de telecomunicaciones están presentes en todas las fases de la cadena de valor de los nuevos medios, incluida como una sección importante la televisión digital: se han convertido así en inmensos agentes multimedia que aspiran a extraer el máximo rendimiento posible de la explotación integrada de los recursos de producción, distribución e interrelación con los usuarios.

El contexto económico e ideológico que ha acompañado el despliegue de la televisión digital en España ha sido el de la denominada “Nueva Economía” (*New Economy*). Con dicho concepto se ha descrito el paso definitivo de una economía basada en la manufactura y la industria a otra que pivota sobre el conocimiento y los servicios, en un contexto tanto de profunda transformación tecnológica, como de globalización de la economía. Se trata, en cualquier caso, de una categoría que no sólo posee un valor descriptivo, sino que nombra una construcción ideológica ligada a posiciones apologéticas en relación a las virtudes de las dinámicas de organización productiva y de aparente crecimiento económico que se desarrollaron a lo largo de los años noventa del pasado siglo, directamente relacionadas con el desarrollo de Internet. En este sentido, la base del cambio en la estructura económica que describe el término *New Economy* se encontraría en el surgimiento del *e-business* o negocio electrónico, es decir, la

aplicación de las tecnologías de la información y del conocimiento al negocio, así como en la proliferación de la denominada *economía punto-com*, cuyo motor son las empresas de actividad y negocio en Internet. El reflejo inmediato del auge de dichas dinámicas económicas en los mercados financieros a finales de los años noventa fue el impulso del *Nasdaq*, la bolsa de valores electrónica que comprende a empresas de alta tecnología, informática, telecomunicaciones, Internet, biotecnología, etc. Algunos autores (Barea y Billón, 2002; Stein, 2000) han coincidido en señalar que los rasgos generales de la *New Economy* son la centralidad de la información y del conocimiento y una dimensión plenamente globalizada de la producción y la economía, así como una organización en red que encuentra en Internet su infraestructura fundamental. Desde este punto de vista, mientras la vieja economía tenía lugar en el espacio y en el tiempo, la nueva economía se desplegaría en un campo virtual basado en la desaparición de las distancias y en la desmaterialización de los procesos económicos. De estos postulados se han deducido planteamientos que han apuntado una supuesta pérdida de relevancia de la geografía y de los territorios físicos en el análisis de los fenómenos económicos (O'Brien, 1992; Mitchell, 1995; y Hauben, 1996). No obstante, el término *New Economy*, acuñado a finales de los años noventa en plena euforia de las cotizaciones bursátiles de las empresas relacionadas con la Informática, las Telecomunicaciones e Internet, cayó en desuso tras el colapso de las cotizaciones bursátiles de las empresas punto.com y la desaparición de muchas de ellas en los años 2000 y 2001. Dicho colapso dejó ver lo que entonces se denominó como “burbuja punto com” para definir el ciclo de la denominada *New Economy*: una corriente económica fallida, caracterizada fundamentalmente por una dinámica altamente especulativa.

En cualquier caso, conviene señalar que pese a las propuestas discursivas propias del universo ideológico y de construcción de sentido de la *New Economy*, dicha dinámica de desarrollo ha tenido su centro no tanto en la relación entre economía y comunicación, como en la progresiva sumisión del proceso comunicativo al

modelo económico³⁷. La filosofía de dicho movimiento de subsunción del hecho comunicativo está bien recogida por la *Encyclopedia of New Economy* (Browning y Reiss, 1998):

“La nueva economía es el poder sin precedentes del mercado global de crear riqueza y de distribuirla del modo más justo, pero esto no basta para entender la cuestión en su integridad. Los propios mercados están cambiando profundamente. (...) La producción y la distribución son un dato obvio, la innovación y el marketing lo son todo. Así, una sociedad de la información es más abierta, no hace falta una línea de producción para competir, basta una buena idea”.

Una corriente que rebotaba en nuestro país y situaba al sector audiovisual como motor de un desarrollo económico idealizado, sujeto a construcciones de sentido altamente ideologizadas y desconectadas de la materialidad de la realidad social. Como muestra, un botón: “Las empresas del sector audiovisual son más productivas debido a los avances tecnológicos. El crecimiento económico se sostiene gracias al consumo sin que se dispare la inflación. El pleno empleo es prácticamente una realidad y lo que escasea, si es que escasea algo, es el talento tecnológico. Algo que ya está ocurriendo también en nuestro país. Los analistas han tirado la toalla y empiezan a dar cierta credibilidad a lo que se conoce ya como la nueva economía” (Pérez de Silva, 2000).

La suerte de *Quiero TV*, el primer operador de TDT de nuestro país, resulta muy útil a la hora de distinguir la realidad de la paja retórica: *Quiero TV*, participado en su mayoría por la empresa Retevisión (Grupo Auna), llegó en 2000 al mercado español intentando hacerse un hueco en los televisores españoles aprovechando una tecnología aún virgen y con la ventaja de que no resultaba

³⁷ “La comunicación, que es lo que en el fondo son los nuevos medios y la tecnología digital, no es tan sólo un sector de la economía. La comunicación es la economía” (Kelly, 1998).

necesaria instalación alguna en la vivienda, sólo el televisor y un decodificador que la misma plataforma instalaba. Parecía una buena forma de competir con las plataformas digitales por satélite existentes en aquel momento, *Vía Digital* y *Canal Satélite Digital*, y con las empresas de cable que poco a poco iban surgiendo a lo largo y ancho de la geografía española y que, de algún modo, tenían limitada la expansión, pues la instalación de cable suponía una gran inversión y tampoco estaba al alcance de todo el territorio. El concurso convocado por el gobierno, para la obtención de las licencias de TDT, no fue difícil de ganar, pues Retevisión fue la única que se presentó al mismo. Dos años después, y tras una inversión de 900 millones de euros y 400 millones de euros de pérdidas, los accionistas de la emisora decidieron “desenchufarla”, poniendo así fin a un proyecto que pretendía arrebatarse el puesto a *Canal Satélite Digital*. Antes de proceder al cierre, la compañía se intentó vender al grupo sueco Skandia, y posteriormente al conjunto formado por la francesa Bouygues y la estadounidense Echostar, pero ninguna oferta agradó al accionariado. Como último intento se trató de vender al fondo estadounidense Anschutz (propietaria del equipo de baloncesto Los Ángeles Lakers, la liga de hockey y el 20% de las pantallas de cine de Estados Unidos), fracasando estrepitosamente hasta que se decretó el cierre definitivo de la plataforma.

En el centro de la *New Economy*, entendida como modelo productivo y como discurso cultural, se encuentra una promesa de felicidad individual, de éxito asegurado, de ampliación de los horizontes de experiencia y de conocimiento (Berardi, 2003). Las palabras de Idelfonso de Miguel, director general de *Quiero TV*, en el comienzo de las emisiones de su plataforma no dejaban lugar a dudas: “nuestro proyecto es a diez años. Y tenemos el objetivo de popularizar esta televisión, no de llegar sólo a las casas con un poder adquisitivo superior a la media. Queremos que esto llegue a toda la gente, que no haya barreras ni económicas ni siquiera de complejidad. Queremos que todo el mundo pueda acceder a la sociedad de la información, sin que ésta le apabulle” (Pérez de Silva, 2000). A tenor de la suerte de su iniciativa de televisión digital, parece que la

promesa de felicidad y éxito asegurado no ha resultado del todo cierta: los problemas para las plataformas de televisión digital no se ciñen únicamente al caso de *Quiero TV*. En el área del satélite, la fusión obligada de *Digital Plus* y *Vía Digital* en 2003 señaló igualmente un panorama muy poco acorde con el triunfalismo y el felicismo de la *New Economy*. Más allá de nuestras fronteras, la plataforma británica de TDT *On Digital* también corrió la misma suerte que la pionera española.

1.7. **La galaxia de las productoras: externalización y producción fluida en la fábrica televisiva.**

Hablar de la industria audiovisual española hace unos años suponía hablar sólo de cadenas de televisión. Hoy se han creado tantos puestos de trabajo en las productoras como los que existen internamente en las televisiones.

Pedro Pérez, primer presidente de Vía Digital. Elegido Presidente de la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (FAPAE) en 2003.

La liberalización del sector audiovisual, que en el espacio televisivo trajo consigo la aparición de las cadenas privadas y la consolidación de las televisiones autonómicas, dio el pistoletazo de salida al desarrollo intenso y rápido de un nuevo sector productivo conformado por un tupido tejido de empresas de fabricación de contenidos para televisión. La producción de programas se transformó, saltando los límites físicos de las cadenas de televisión: creció la necesidad de programación y de contenidos para las emisiones y las cadenas privadas optaron por subcontratar esta producción fuera de sus empresas, dando lugar a un movimiento generalizado de deslocalización y de separación física de la fabricación y la emisión de programas. Si originariamente los organismos encargados de la gestión de los servicios públicos de televisión concentraban todos los aspectos del ciclo productivo de las mercancías televisivas, con la emergencia de los canales privados se asiste a un proceso de diferenciación y separación de las tareas de difusión, programación y producción.

De esta manera, la estructura y la morfología del sector televisivo español sufrió en la década de los años noventa del pasado siglo una mutación decisiva. Del protagonismo único de las cadenas públicas de televisión, sujetos de una concepción del medio televisivo como servicio público en el marco de una realidad monopolística, se pasó a la multiplicación de agentes y a la mercantilización absoluta de los servicios televisivos. La *externalización* y la

subcontratación constituyeron los engranajes del proceso, actuando como vías privilegiadas de implementación de una densa lógica de desarrollo de las *relaciones de servicio* entre empresas que siguió el movimiento general de las políticas empresariales en la totalidad de las industrias y los sectores productivos. Aunque los datos y la aproximación estadística al estudio del fenómeno de los servicios a las empresas haya sido clásicamente algo deficitaria, podemos afirmar que entre los años 1990 y 2005 se multiplicaron las empresas de servicios a empresas, generalizándose el desarrollo y la incorporación de las relaciones de servicio dentro de los procesos de producción de mercancías, tal y como apunta Rodríguez López (2007). Es interesante señalar que incluso la oficina estadística de la Comisión Europea (Eurostat) mantiene una representación deficitaria de muchos servicios a las empresas, sobre todo porque no pocas actividades de gran significación estratégica quedan diluidas en categorías muy agregadas. Aunque el valor de los servicios a las empresas no se corresponde con los referentes estadísticos existentes, el Instituto de Estadística de la Comunidad de Madrid proporciona una información más precisa, señalando que se trata de una de las principales ramas de la economía madrileña. Según la reseñada institución, entre 1990 y 2005 el sector pasó de emplear en la Comunidad de Madrid a poco más de 100.000 personas a dar trabajo a 450.000 empleados. Dada su envergadura en el conjunto de la economía madrileña, así como su condición de analizador privilegiado de la reorganización productiva del sector televisivo en nuestro país, conviene detenerse en un mínimo análisis general del fenómeno que nos permita comprender su alcance y su significado.

La categorización estadística de los servicios a la producción atiende a aquellas actividades que comportan el hecho de que no comercializan servicios con destino a los hogares, sino a otras empresas (Rodríguez López, 2007). De esta manera, la definición de servicios a la producción implica que se trata de servicios subcontratados a terceros. Por otro lado, la definición de los *servicios* en sí se ha realizado generalmente por oposición, concibiéndolos comúnmente como la totalidad de aquellas actividades que no se pueden asignar ni al sector

primario ni al secundario, siendo siempre la característica definitoria del concepto de *servicio* su inmaterialidad, es decir, el hecho de que no se materializa en un producto físico (Offe, 1984). Desde este punto de vista, el concepto de *servicio* se ha relacionado con la naturaleza del producto resultante de la actividad laboral, al considerarse que toda distinción válida entre bienes y servicios debe basarse exclusivamente en la forma que reviste el producto del trabajo concreto. Así, mientras un *bien* sería un objeto material que en su forma más simple es tangible y móvil, un *servicio laboral* no asumiría la forma de un producto material diferenciado, sino que implicaría una transacción de naturaleza inmaterial entre el productor y el consumidor (Sayer y Walker, 1994).

Frecuentemente el concepto de servicio suele ser utilizado con un escaso examen crítico y sobredimensionando el sentido y la significación de su desarrollo. Algunos autores han llegado a señalar el supuesto advenimiento de una nueva era dominada por el sector servicios y caracterizada por el desplazamiento de una industria que definitivamente habría dejado de tener un papel relevante (Bell, 1991). La base de estos postulados es una mirada de naturaleza cuantitativa sobre los cambios acontecidos en la distribución sectorial de las ocupaciones o en el porcentaje del valor total creado por los diversos sectores productivos. Sin embargo, la centralidad absoluta de los indicadores cuantitativos contribuye a dificultar la aprehensión tanto de la transformación cualitativa durante la progresión de un paradigma productivo hacia otro, como de la jerarquía entre los sectores económicos en el contexto de cada paradigma.

En nuestros días no parece que estemos asistiendo a un simple ascenso cuantitativo de los servicios, sino, más bien, a un desarrollo generalizado de las relaciones de servicio. En vez de hacer referencia a una *terciarización de la economía*, es decir, a una supuesta hegemonía del sector servicios en el conjunto de la economía, tal vez resulte más interesante observar que el actual imperativo gerencial en las empresas es cada vez más “tratar la fabricación como un servicio”, es decir, que toda la actividad productiva tienda hacia la producción de

servicios y se articule a partir de la racionalidad propia de las relaciones de servicio. De esta manera, podemos hablar de una modificación de la tendencia económica y productiva si hablamos de la forma y del papel del proceso de terciarización, más que del crecimiento cuantitativo del mismo.³⁸ A partir de esta mirada, vemos que a medida que se han ido transformando las industrias, la división entre manufactura y servicios ha tendido a diluirse. De la misma manera que durante el proceso de modernización toda la producción tendió a industrializarse, en la época actual toda la producción tiende a moverse hacia la producción de servicios, a volverse informatizada y a organizarse a partir de las relaciones de servicio como modelo de racionalidad. En ese movimiento todas las actividades económicas tienden a quedar bajo el dominio de la economía informacional y a ser transformadas cualitativamente por ella (Hardt y Negri, 2002).

Desde este punto de vista, las actividades de servicios a las empresas deben ser consideradas como un sector que produce recursos organizativos necesarios para la realización y la animación de los sistemas económicos mundializados. La mundialización de la actividad económica ha acrecentado la escala y la complejidad de las transacciones, nutriendo de esta manera la demanda por parte de las empresas de funciones de alto nivel y de servicios integrados modernizados. Esta demanda de servicios se ve alimentada además por otro proceso paralelo: el aumento de la influencia de los servicios en la propia organización de las empresas, independientemente del sector productivo específico al que pertenezcan (Sassen, 1998 y 1999).

Los servicios a las empresas se relacionan con una integración entre industria y servicios que deja ver que éstos no han prosperado al margen de la evolución de otras actividades productivas, sino en profunda ligazón con ellas. Su propia denominación, “servicios a las empresas”, pone de manifiesto que se trata de

³⁸ Para una interesante crítica a los conceptos de *terciarización* y de *sector terciario* se puede consultar: Bonfiglioli y Galbiati, 1984.

servicios que afectan a todo tipo de compañías y organizaciones (Rubalcaba, 1999). En realidad estamos ante actividades transversales que justifican su especificidad en una asistencia que nutre a toda la actividad productiva. Por eso conviene destacar que, pese a la opinión común, los servicios a las empresas son más un conjunto de actividades para la producción que un sector económico relacionado solamente con una parte de la economía. Sin embargo, y pese a que constituyen una compleja y heterogénea gama de actividades, existe un cúmulo de elementos comunes que conforman una mínima homogeneidad compartida. Siguiendo la propuesta de Rubalcaba (1999), podemos señalar tres puntos básicos de dicha homogeneidad compartida:

1. Los servicios a las empresas son utilizados como *inputs* intermedios necesarios para el desarrollo del proceso productivo o de comercialización.
2. Desde el punto de vista de la gerencia, influyen directamente en el incremento de la competitividad de la compañía al abaratar considerablemente los costes de producción.
3. En lo que respecta a su naturaleza, son servicios que se caracterizan por una coproducción transitiva entre el oferente, el demandante y los resultados que se van produciendo, es decir, que tienen un carácter interactivo y personalizado. En consecuencia, cabe definir los servicios a las empresas como aquellas actividades terciarias que contribuyen como *inputs* intermedios a la mejora de la competitividad empresarial a partir de coproducciones interactivas. Esta definición es el resultado de la convergencia entre los tres planos considerados: el integrador (*inputs* intermedios), el funcional (incidencia en la competitividad desde el punto de vista de la gerencia) y el ontológico (coproducción interactiva).

Aunque la práctica totalidad de las empresas emplean servicios que inciden en su organización, gestión, comercialización, introducción de tecnología, etc, hay que distinguir entre los servicios a las empresas como actividad y los servicios a empresas como sector. Los primeros se denominan *servicios vinculados internos* y hacen referencia a aquellos servicios que son producidos dentro de la organización por la propia empresa, mientras que los segundos reciben el nombre de *servicios vinculados externos* o *servicios de producción* y se refieren a aquellos que son contratados a otras empresas especializadas. La literatura al uso incluye dentro de esta segunda modalidad los servicios estratégicos de la nueva economía, los que proporcionan información y apoyo para el aumento de la productividad y la eficiencia de las compañías (Castells, 1997).

Evidentemente, el surgimiento de la galaxia de empresas de producción de contenidos asociado a la reestructuración del sector televisivo de nuestro país se liga al desarrollo de todo un sector productivo de oferta de servicios vinculados externos. Las relaciones interempresariales a las que ha dado lugar dicho desarrollo poseen características particulares dentro de la industria televisiva. La relación productiva que se establece entre la cadena de televisión y la empresa “independiente” de fabricación de contenidos, llamada productora, posee diversas fórmulas de desarrollo. El dato relevante es que las cadenas supervisan e intervienen en todo momento la fabricación externalizada de productos. En este sentido, aunque se hable generalmente de “productoras independientes” para nombrar el archipiélago de empresas que ofertan servicios de fabricación de contenidos a las cadenas de televisión, no son tales: su actividad está monitorizada y dirigida permanentemente por la empresa cliente, que participa de la toma de decisiones y ostenta la capacidad de gobierno durante todo el proceso de fabricación.

Moreno Jiménez (2001) apunta que en nuestro país las fórmulas más comunes de externalización productiva en el ámbito televisivo han sido:

- *Producción financiada*: se trata de una modalidad de relación de servicio de escasa relevancia en el sector televisivo español. Implica la financiación íntegra de la producción por parte de las pequeñas empresas productoras, con la utilización de sus recursos técnicos, humanos e instalaciones, vendiendo posteriormente el producto acabado a la cadena-cliente.

- *Producción delegada*: constituye la principal modalidad de contrato con la mayoría de la producción externalizada de las grandes cadenas de televisión en España. La cadena-cliente financia la totalidad del programa que ha sido adjudicado a la productora para que ejecute una determinada producción, con unos recursos y beneficio predefinidos. La participación de la cadena en este tipo de modalidad de externalización suele ser de dos tipos:
 - a) La cadena participa en la fabricación con recursos técnicos y/o humanos y/o instalaciones como platós, equipos, etc.

 - b) Aunque no participa del proceso directo de fabricación, existe una presencia permanente de la cadena-cliente en el control del gasto paulatino del programa a través de una figura que se llama *productor delegado*.

- *Asistencia técnica*: esta modalidad supone la contratación puntual por parte de las cadenas de diferentes profesionales de distintas categorías en base a supuestas necesidades de la producción con una determinada urgencia (necesidad de cámaras, unidades móviles, peluqueros, etc.). Evidentemente, este tipo de contrato representa una discriminación laboral por parte de los trabajadores contratados respecto a los que forman parte de la plantilla de la cadena de televisión, ya que se da la circunstancia de que trabajadores con la misma categoría profesional y

mismo tipo de prestación tienen condiciones de trabajo muy distintas.

- *Coproducción mixta*: se trata de una relación laboral en la que distintas empresas ponen en común diversos recursos financieros, técnicos y humanos para llevar a cabo una determinada producción y en la que ninguna de ellas ocupa una posición superior respecto a las demás. Esta modalidad no está muy extendida en las productoras “independientes” de nuestro país, ya que por lo general no disponen de los recursos propios necesarios y el nivel de cooperación entre las diferentes productoras es ínfimo.

Una medida relativa del alcance de la externalización de la fabricación de contenidos por parte de las cadenas de televisión nos la da el nivel de consumos de programas, es decir, el porcentaje de contenidos y formatos que se compran a otras empresas. En este sentido, los consumos de programas y derechos supusieron en 2003 aproximadamente el 50% de los costes operativos totales del conjunto de las televisiones en España (GECA, 2004).

La primera consecuencia de la externalización de la fabricación de contenidos por parte de las cadenas que apuestan por la “producción financiada” es que ésta implica una desregulación importante de las relaciones laborales, así como una *flexibilización patronal* del mercado de trabajo televisivo.³⁹ La política que orienta ambos fenómenos es la subcontratación en cascada de cualquier producción de televisión, en la que la rentabilidad empresarial de dicha producción se hace depender de la reducción de gastos en personal. Dicha política implica dos elementos fundamentales: la introducción de formas de contratación temporal para cubrir puestos de trabajo que antes tenían un carácter fijo y el bloqueo de la capacidad de sustracción del trabajo vivo a las determinaciones del mercado. Desde este punto de vista, la tasa de eventualidad

³⁹ Sobre el concepto de *flexibilidad patronal* se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

en las empresas productoras de contenidos para televisión llegaba en 2001 al 97,4%, (Moreno Jiménez, 2001), en un contexto de precarización de las condiciones de empleo que incluía una escasa aplicación de los convenios colectivos existentes o una aplicación en la que dichos convenios recogían condiciones muy por debajo de las que disfrutaban los trabajadores empleados directamente por las cadenas.

En este sentido, los vínculos contractuales más comunes en el sector televisivo español han sido tradicionalmente:

- Contratos por obra o servicios determinados a diferentes profesionales mientras dura el programa, sea éste grabado o en directo.
- Subcontratación de servicios auxiliares que pertenecen a otra empresa.
- Acuerdos de servicio con trabajadores autónomos (*freelancers*) a los que se paga por trabajo hecho o en función de las horas empleadas.
- Empleo de trabajadores asociados en cooperativas de profesionales.

Al mismo tiempo que se ha desplegado la flexibilización patronal de los procesos productivos mediante la externalización, ésta ha implicado una consecuencia relevante para el carácter de la propia actividad empresarial. El proceso de redefinición del servicio de televisión y la reestructuración de los canales y los sistemas productivos mismos, conllevó la emergencia de una nueva dinámica de la actividad empresarial en el seno de las cadenas. Al igual que ocurre con el control y el dominio sobre la esfera de la comunicación social, en la que la base del poder reside hoy en día en la capacidad de ejercer control sobre el contexto, más que en la censura o la distorsión, el papel del empresario de las cadenas de televisión se fundamenta cada vez más en su capacidad de controlar el contexto y coordinar el correcto ensamblaje de los diferentes procesos externalizados y

desterritorializados que dan cuerpo al ciclo productivo completo, fijando además su mirada y su estrategia en los comportamientos del mercado y en las oscilaciones de la demanda, más que en el control y la organización directa de los procesos de trabajo mismos.

Desde este punto de vista, diferentes autores han propuesto una figura gerencial definida en términos de *empresariado político* (Corsani et al., 1996; Lazzarato, 1997; Cocco, 2003).⁴⁰ Los empresarios al mando de los canales de televisión regulan el ciclo de la producción modelando una secuencia que debe poner en relación lógica todos los segmentos de trabajo que no están situados en continuidad y discontinuidad. Al mismo tiempo, capitalizan las externalidades de una cooperación productiva que constituye la savia de un proceso de fabricación independiente y autónomo en términos organizativos⁴¹. En este sentido, la clave de negocio para las cadenas no es tanto el resultado de la explotación directa del trabajo, como que dicha explotación se organiza a través de unidades productivas externas pequeñas y medianas. El beneficio empresarial en el ciclo de producción televisiva se deriva cada vez más de la producción y el control de los flujos, sobre todo los financieros y comunicativos. La función del empresario, por lo tanto, es la de hacer circular y capturar los flujos. Su ocupación es más el ensamblaje de los elementos políticos necesarios para el desarrollo de la empresa, que la constitución de los elementos productivos directos y materiales que posibilitan los procesos laborales concretos implicados en la fabricación de contenidos televisivos.

Al mismo tiempo, la relación de servicio que se establece entre las cadenas y las empresas de fabricación de contenidos televisivos que está en la base de las políticas gerenciales de flexibilización y precarización del trabajo y el empleo,

⁴⁰ Sobre la categoría de *empresario político* se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

⁴¹ El análisis posterior de las características de la organización y las condiciones de trabajo en el caso de los guionistas de ficción televisiva, nos dará las claves fenomenológicas y explicativas pertinentes de las externalidades y la cooperación social que está en la base de la fabricación de contenidos para televisión.

altera sustancialmente el esquema clásico de definición de los servicios: como nos demuestran las diferentes modalidades de despliegue de las relaciones de servicio en el seno de la industria televisiva, el cliente es un sujeto activo en el proceso de fabricación de la mercancía y no un consumidor pasivo que cumple el papel de receptor del servicio. Este papel central del cliente y su posición activa pone de manifiesto que la flexibilidad del sistema de coordinación entre empresas, la denominada *producción en red*, descansa en realidad en la rigidez que impone la cadena contratante en torno a los objetivos productivos que ella misma marca, repercutiendo de manera inmediata en las condiciones de trabajo y en la organización del mismo.⁴²

En cuanto a la valoración económica del sector de empresas de producción de contenidos televisivos, cabe señalar que todo ejercicio de análisis económico de dicho sector se encuentra sistemáticamente con una limitación de peso: la opacidad que caracteriza a las empresas del sector. No obstante, resulta posible la composición de un cuadro general que nos ayude en este sentido. Para ello, tomaremos como referencia el año 1999, momento en el que la producción de contenidos para televisión se convierte en el principal motor de la industria audiovisual de nuestro país, por delante de la producción para cine y de la distribución. La cifra de negocio del sector de productoras televisivas para ese año se situó en torno a los 660 millones de euros (FAPAE-ICEX, 2001). Este dato supuso multiplicar por cinco la cifra de negocio que la producción para televisión había obtenido en 1992, con 137'6 millones de euros, lo que da una idea del importante crecimiento económico experimentado por el sector. En este periodo estratégico de referencia, el número de empresas que componía el campo televisivo ascendía a 130, dando trabajo a unas 3.500 personas. El nivel medio de la actividad por cada empresa se situaba en los 5'1 millones de euros y el número medio de empleados era de 30 por empresa. El mercado español se ha caracterizado por la existencia de un grupo reducido de productoras que actúan

⁴² Sobre el concepto de *producción en red* se puede consultar: Zarifian, 2000; Gadrey y Zarifian, 2002; Coulet, 1997. Para una aproximación a los efectos y consecuencias de dicha modalidad organizativa de la producción se puede ver: Castillo, 1994; Castells, 1997.

como motor del sector y ostentan el mayor volumen de negocio. Las catorce compañías más importantes acumulaban una inversión de 276'4 millones de euros y daban empleo a más de 1.300 trabajadores a comienzos de los 2000. En base a estos datos podemos concluir que el 11'6% de las empresas genera la mitad de la cifra total de negocio (FAPAE, Memoria 1999; Bustamante y Álvarez Monzoncillo, 2000).

En el período que hemos tomado como referencia por constituir el despegue económico del sector, la producción “independiente” externalizada supone aproximadamente la mitad de la inversión en producción de programas, mientras que el resto corresponde a la producción propia de las cadenas. En 1996 las cadenas invirtieron 208'9 millones de euros en espacios de fabricación externalizada, cantidad que se incrementa todos los años hasta 1999: en conjunto se experimenta una subida del 29'5%.

Un dato relevante para nuestra investigación lo constituye el hecho de que la mayor parte del incremento se concentra en los espacios de ficción, que progresivamente van ocupando un porcentaje cada vez más significativo dentro de la inversión. En 1996 se destinó un 40% de la inversión total a productos de ficción. En 1997 la cifra pasó al 58% y en 1999 al 60%: 162'3 millones de euros.⁴³ Entraremos a analizar más pormenorizadamente el sentido y significado de este incremento de la importancia de la ficción televisiva en el desarrollo del sector. Ahora simplemente nos quedaremos con un dato relevante: si relacionamos el tiempo de emisión y la inversión realizada en los diferentes productos de ficción obtenemos la verdadera importancia de este campo dentro del sector. Estos productos representan el 25'4% de los espacios desarrollados y el 12'3% del tiempo de emisión, pero recaudan el 60% de la inversión.

Las principales empresas productoras de contenidos de televisión, a partir de la consideración del número de programas desarrollados entre la temporada

⁴³ Cfr. Anuarios GECA.

1997/1998 y 1999/2000, fueron *Gestmusic Endemol*, *Globomedia*, *Zeppelin TV*, *Producciones 52* y *Europroducciones*.⁴⁴ Otras productoras que pueden ser señaladas como empresas relevantes para ese período son *Videomedia*, *Bocaboca*, y *Prime Time Communications*. Según las mismas fuentes, en la temporada 1996/1997 había en nuestro país 57 compañías en activo, mientras que en el ejercicio 1999/2000 ya eran 95 las productoras existentes, lo que implica un crecimiento del 66%. En esta última temporada, las diez compañías más importantes según el número de programas se responsabilizaban del 36,4% de los productos, acumulando un 46,9% del tiempo total de producción independiente, lo que subraya la existencia de una gran concentración del mercado en las principales empresas productoras. En este sentido, conviene señalar que las seis compañías más importantes aglutinaban en 1999 el 63% del volumen de negocio de la producción “independiente” española, mientras que sólo representaban un 5% de las empresas que tuvieron actividad durante ese año.

En cualquier caso, las empresas de producción y fabricación de contenidos para televisión ejemplifican magistralmente las dinámicas contemporáneas de reorganización de los tejidos productivos que se desarrollan a través de la descentralización productiva y la división del trabajo entre empresas, una configuración de la producción en tiempo real, un gran desarrollo de redes de comunicación necesarias para integrar los fragmentos productivos y un permanente deterioro tanto de los sistemas de garantías para los trabajadores y trabajadoras, como de las propias condiciones de trabajo (Castillo, 1994).

⁴⁴ (Ibidem)

CAPÍTULO 2

La ficción televisiva

La ficción no consiste por tanto en hacer ver lo invisible, sino en hacer ver cuánto es invisible la invisibilidad de lo visible.

Michel Foucault

Los productos de ficción serializada constituyen mercancías vitales para las cadenas de televisión. Tanto en el contexto español como en el conjunto de la Unión Europea, la ficción ha sido el género con mayor peso en el *prime time* de la programación televisiva en los últimos veinte años.⁴⁵ Durante el año 2006 se emitió en España un promedio semanal total de 713 horas (21,2%) de contenidos de ficción televisiva serial en el conjunto de televisiones que componían el sistema de emisión en abierto, lo que supone que la ficción representó el 11,1% de la oferta televisiva global.⁴⁶

Tras una primera fase de desarrollo histórico marcada por la importación de productos estadounidenses, los años noventa significaron el inicio de un intenso proceso de producción local que fue desplazando paulatinamente de los horarios de mayor audiencia la emisión de programas importados de Estados Unidos. La liberalización del sector audiovisual, que como ya sabemos multiplicó los canales y estimuló la producción mercantil de contenidos, así como la inclinación de los públicos por referentes estéticos y culturales más próximos, hicieron que la producción local de ficción televisiva se consolidara como un sector esencial para el desarrollo del fenómeno televisivo en su conjunto, tanto en España como en el resto de países de la Unión Europea.

Se considera generalmente que una ficción televisiva constituye un producto audiovisual concebido inicialmente para el medio televisivo, pero que en muchos casos proyecta su desarrollo comercial y su alcance en espacios de continuidad como el DVD o Internet. Tradicionalmente se han considerado las ficciones televisivas como obras de narración y ficción escénica que persiguen tanto la

⁴⁵ El *prime time* (del inglés, "horario prioritario") es la franja horaria de programación con mayor audiencia. No se corresponde con un horario fijo y establecido y varía dependiendo del país. En España el *prime time* se mide de 22.00 a 23.45 horas aproximadamente, mientras que en el resto de la Unión Europea oscila entre las 20.00 y las 23.15 horas, con pequeñas variaciones de unos países a otros. Durante el *prime time* se emiten los programas de mayor éxito, constituyendo la franja horaria más cara para los anunciantes.

⁴⁶ Datos extraídos del Anuario 2007 del Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (OBITEL). El estudio toma como muestra los períodos 17 a 23 de abril y 6 a 12 de noviembre de 2006, en los que el aumento de la emisión de espacios de ficción fue de 121 horas respecto al año anterior (Vilches, 2007)

fabricación de entretenimiento para unos públicos, como la consolidación de dos objetivos básicos esenciales: una fidelización de esos públicos que otorgue buenos niveles de audiencia a la cadena televisiva que emite el producto de ficción y la venta de esa audiencia por parte de la cadena a anunciantes a cambio de los emolumentos que supone la inserción de espacios publicitarios. Esa ha sido la base de sentido sobre la que ha descansado tradicionalmente la mayor parte de la producción de ficción televisiva destinada al ámbito más importante del sector: la televisión comercial de carácter generalista.

De manera global, podemos presentar la ficción televisiva como un macrogénero que se despliega en el desarrollo de diversos géneros y formatos diferenciados, de los que daremos cuenta más adelante. Aunque formalmente se establece una diferencia nítida entre géneros televisivos (ficción, documentales, informativos, entretenimiento, etc.), la hibridación entre los registros y lenguajes de dichos géneros es una de las características más evidentes de los contenidos de televisión que han conformado las parrillas televisivas en los últimos veinte años. No obstante, podemos trazar la diferencia de los contenidos seriales de ficción en relación a otros géneros televisivos a partir de la inclinación irrenunciable de la ficción televisiva hacia la representación escénica de diferentes realidades sociales, sean éstas imaginarias o no.

Sin embargo, y tal y como desarrollaremos más adelante, lejos de toda definición meramente mecánica y técnica, la ficción televisiva aparece como una potente máquina audiovisual de enunciación que hace cuerpo con la vida social hasta el punto de confundirse con ella, configurando su mundo sensible e influyendo decisivamente sus formas de subjetivación. Es decir, la ficción serial televisiva no sólo representa, sino que produce una determinada realidad. Dicha producción se despliega a partir de un movimiento maquínico de ida y vuelta: extrae de la vida social la trama en bruto de todos los contenidos que procesa y la devuelve en forma de representaciones y enunciados que configuran comportamientos, imaginarios, lenguajes, disposiciones estéticas y formas de sociabilidad que

determinan el desarrollo de la vida social misma. De esta manera, la ficción televisiva funciona como máquina de interpretación y de subjetivación que activa una circulación de doble sentido: extracción de información e inyección de neguentropía (Ibáñez, 1985).⁴⁷

Aunque los productos de ficción televisiva no funcionan en la lógica del directo, es decir, no remiten a la recreación audiovisual de eventos en tiempo real, la capacidad de las series de televisión para producir y modular con imágenes el movimiento mismo del flujo temporal de la sociedad es incuestionable: las series de televisión influyen en los imaginarios colectivos hasta el punto de convertirse en herramientas semióticas y semánticas para los públicos, operando como marcos de referencia para la construcción de la relación de esos públicos con el tiempo social que habitan.

⁴⁷ El concepto de *neguentropía* proviene de los análisis termodinámicos. La termodinámica clásica sólo podía describir los procesos degenerativos (pérdidas entrópicas). Pero al lado de estos procesos existen procesos neguentrópicos (generativos) encajados en organizaciones y en formas vitales. La “información” se transmite como cualquier otra energía, pero en dos sentidos opuestos: “Información de”, quitada a un sujeto; e “Información a”, es decir, “dar forma a” (neguentropía de un objeto) (Ibáñez, 2001).

2.1. Géneros y formatos

Pese a la centralidad que muchos análisis del medio televisivo le confieren a la cuestión del género en televisión, así como la predominancia de dicho término en el lenguaje televisivo, los criterios que se movilizan para dar cuenta de las identidades genéricas de las obras audiovisuales no pueden ser más que relativos. El género es siempre un artefacto y, como ya hemos manifestado, la hibridación y la mezcla constituyen elementos característicos del medio televisivo en su evolución más reciente: las fronteras entre géneros son cada vez menos nítidas.⁴⁸ Con los productos televisivos ocurre como con el conjunto de obras audiovisuales y artísticas, que su distinción, su clasificación y su ordenación dependen sobre todo de criterios relativos. Tal y como señala Bourdieu (1979) en referencia al campo artístico en general, “todo parece indicar que, incluso para los especialistas, los criterios de pertinencia que definen las propiedades estilísticas de las obras-prueba se quedan la mayoría de las veces en ciernes y que las taxonomías estéticas puestas en juego explícitamente para distinguir, clasificar y ordenar las obras de arte, no tiene nunca el rigor que tratan a menudo de mostrar las teorías artísticas”.

Tal y como propone Nel (1997), al igual que ocurre en el medio artístico en general, el medio audiovisual suele presentar dos tipos básicos de clasificación a la hora de otorgar identidades genéricas a sus productos: uno de naturaleza endógena y otro de carácter exógeno. El primero emana de estrategias institucionales de producción y de prácticas profesionales que apuntan tanto a la articulación de legitimidad para los productos, como a su puesta en escena social. El segundo proviene de las competencias de los receptores y garantiza un margen de labilidad a la identidad genérica. Las clasificaciones exógenas funcionan como verdaderos instrumentos de simbolización que circulan entre los públicos y determinan la suerte del producto televisivo. En cualquier caso, y pese a la

⁴⁸ “Ese término de género denota un artefacto, un objeto construido por abstracción generalizante, a partir de los objetos empíricos que son los textos, que no son más que representaciones impuras de tal o cual género” (Kerbrat-Orecchioni, 1980)

relativización de la categoría de género, todo programa de televisión es una realidad semiótica compleja y multidimensional que combina sus marcas o índices típicos a diferentes niveles, en los que el mayor o menor grado de coherencia conduce a inferir la existencia de cierta identidad genérica.

Desde este punto de vista, se suele considerar la ficción como un macrogénero de productos televisivos compuesto a su vez de géneros diferenciados por sus cualidades eminentemente técnicas: presencia o ausencia de serialidad, tipo de serialidad y estructura narrativa, etc. A grandes rasgos, usualmente se distinguen las películas realizadas especialmente para televisión (*TV Movies*), de las denominadas comúnmente como “series de televisión”, los productos más relevantes para la industria y el público. Al mismo tiempo, en los últimos años ha aparecido un género de ficción televisiva especialmente producido para Internet: las *webseries*. Aparte de este último género emergente, los géneros establecidos clásicamente para dar cuenta de la ficción televisiva española serían los siguientes.⁴⁹

Serie o Teleserie

Las características técnicas fundamentales de las series de televisión son:

2. La *serialidad*, es decir, estar dividida en partes destinadas a una emisión por episodios. En cada emisión se observan elementos recurrentes como los personajes, la ambientación, el tema narrativo, el ritmo, etc., que singularizan el producto y lo hacen reconocible de cara al telespectador.
3. Los episodios se agrupan por *temporadas de emisión*, que generalmente se componen de unas trece entregas.
4. Cada episodio combina segmentos autónomos de contenido con elementos de *continuidad narrativa*.

⁴⁹ Aún conscientes de que el dibujo animado constituye en la mayoría de los casos una obra audiovisual de ficción, excluimos intencionadamente de nuestros análisis el género de animación. La industria de la animación en España no es representativa de la producción de ficción televisiva en su conjunto, debido a sus particularidades y determinaciones técnicas y económicas.

Dos son los géneros de serie que más se han explotado en España: el *Dramedia*, ya sea de carácter familiar o basado en la recreación de ámbitos profesionales concretos (policías, médicos, abogados, periodistas, etc.), y la *Sitcom*. El primero desarrolla un híbrido entre historias de carácter dramático y comedia. La segunda constituye una puesta en escena de comedia caracterizada porque se rueda siempre en interiores, los personajes protagonistas no suelen ser numerosos y se encuentran unidos por estrechas relaciones. Inicialmente la duración de cada emisión de sitcom rondaba los treinta minutos, aunque en los últimos años las exigencias de programación de las cadenas han ido equiparando su duración a la de los episodios de la dramedia en muchos casos (en torno a cincuenta minutos).

Serial

Los seriales son productos de emisión diaria que exigen ritmos muy intensos de producción. Se distinguen dos tipos: el serial abierto (*open serial*), que tiene un número ilimitado de episodios, y el serial cerrado (*closed serial*), con alrededor de 150 capítulos. Además, se suele diferenciar entre dos clases de producción, las llamadas “soap operas” y las telenovelas o culebrones.⁵⁰ Las primeras nacieron en EEUU en los años treinta del pasado siglo, a partir del éxito cosechado por las radionovelas. Las segundas tienen un origen latinoamericano y nacieron en los años cincuenta.

Telefilm o TV movie

Se trata de una película fabricada explícitamente para el medio televisivo, una ficción televisiva no subdividida en partes destinadas a emitirse en días diferentes. La característica más significativa, por tanto, es la *ausencia de serialidad*. Por tal motivo, la *TV movie* se define normalmente como ficción televisiva no serial.

⁵⁰ Las *soap operas* estuvieron inicialmente patrocinadas por marcas de jabón, de ahí el uso del vocablo *soap* (*jabón* en inglés). Se trata de un caso paradigmático de inserción del elemento comercial y publicitario en el campo de la producción televisiva. Dentro de la numerosa literatura existente sobre *soap operas*, resulta particularmente interesante el análisis feminista del género. Al respecto se puede consultar: Blumenthal, 1997; Brunsdon, 1984 y 2000; Brown, 1990.

Sin embargo, en el ámbito televisivo no solamente se distingue entre diferentes géneros, sino que habitualmente se habla de los denominados “formatos televisivos”. Desde un punto de vista estrictamente técnico, se suele decir que un formato es el desarrollo concreto de una serie de elementos audiovisuales y de contenidos que conforman un programa determinado y lo diferencian de otros (Saló, 2003). No obstante, generalmente se señala como un elemento problemático la inexistencia de una definición oficial del concepto de formato que sea compartida por el conjunto de profesionales del sector audiovisual y de televisión.

No obstante, nosotros proponemos designar como formato de ficción televisiva la enunciación sistematizada de una idea de programa en torno a una serie de características propias que lo diferencian y le confieren singularidad. Por decirlo de manera sencilla, el formato representa la concreción material de una idea de producto. Como planteaba hace unos años Mikel Lejarza, consejero delegado del Grupo Árbol (Globomedia), *“un formato es una idea que luego cada cual adapta y desarrolla como considera, pero sobre todo es una idea. Los formatos se diferencian en que son ideas diferentes”* (Saló, 2003). El hecho de que los formatos giren en torno a ideas hace que su creación represente una actividad eminentemente cognitiva y lingüística que transforma una idea morfológica en una sintaxis audiovisual concreta, a través de un proceso complejo de transcripción audiovisual de la idea original. En cierta medida, por tanto, podemos concluir que el formato de ficción televisiva es un proyecto que, conformado por un conjunto de ideas desarrolladas y combinadas con un criterio artístico y económico determinado, es concebido como unidad propia para ser emitido en el medio televisivo.

En realidad, los formatos creados representan hipótesis de producto. Para su venta se hace necesario todo un trabajo de concreción material que implica ofertarle a la cadena de televisión un material capaz de traducir de manera tangible el proyecto de serie que se ofrece. Las cadenas de televisión en nuestro

país son empresas de comunicación que ostentan una política de negocio alejada del riesgo. Por eso, se suele apoyar la venta de todo formato nuevo con un episodio tipo, denominado “piloto”, que aporte consistencia material al producto ofertado. La compra de todo formato por parte de una cadena obedece a la necesidad de cubrir una franja horaria de su programación y significa la adquisición de los derechos para poder producir y emitir el programa. Los creadores de formatos, por su parte, tienen dos vías para su comercialización: vender los derechos a un distribuidor o hacerlo ellos directamente.

En un entorno marcado por la creciente globalización de las industrias culturales y audiovisuales, existen diferentes mercados internacionales para la compra y venta de programas de televisión. En ellos se marcan las tendencias generales de evolución del medio y se toma el pulso al desarrollo de formatos y productos. En los últimos años, tres han sido los mercados más relevantes: NATPE (EEUU), con la mira puesta en el propio mercado interno norteamericano; MIP TV (Cannes), que se celebra en el mes de enero con un horizonte eminentemente europeo; MIPCOM, segunda edición anual del anterior tras la temporada estival; y Rosa de Oro (Suiza), todavía más centrado en el mercado europeo. Uno de los criterios fundamentales que determina la compra de un formato en dichos mercados es tanto el prestigio de los autores y productores que están detrás del producto, como su éxito precedente en otros países.⁵¹

⁵¹ “Ofrecimos trece historias a diversas televisoras y pronto descubrimos una cosa: que pagan muy mal. Nos dimos cuenta de que en la televisión pagan muy mal el papel. Entonces decidimos crear una empresa productora para poder vender el producto terminado. Salimos a ofrecerlo y nos dijeron que sí, siempre que mi nombre figurara en todos los créditos. Eso, que puede parecer muy halagador, es lo más humillante que hay: significa que uno se está convirtiendo en mercancía” (García Márquez, 2003). “Muchos programas se compran de forma matemática y no por la idea genial. Es decir, si en tantos países ha ido bien, por qué no también aquí: se compra un invento que está probado y funciona”, Joan Ramón Mainat (Director Creativo y Productor Ejecutivo de Gestmusic Endemol) (Saló, 2003).

2.2. La ficción televisiva en España: el camino de la sistematización y la producción estandarizada

La mayor parte de los contenidos que integran la programación de la televisión comercial contemporánea, es decir, el discurso televisivo hegemónico en la actualidad, tienen su origen en Estados Unidos en los años treinta y cuarenta del pasado siglo. Su espacio fue el de la intersección del negocio publicitario, cinematográfico y radiofónico, estableciéndose las premisas básicas de los contenidos propios del *broadcasting* y de la televisión comercial.⁵² Tanto el cine clásico de Hollywood, como las reglas del sistema publicitario y los seriales radiofónicos o radionovelas contribuyeron de manera relevante a conformar las narrativas televisivas de cuya evolución es resultado la ficción televisiva de nuestros días.

Aunque indudablemente la raíz de la ficción televisiva es radiofónica, puesto que las radionovelas precedieron y orientaron el desarrollo de la producción y emisión de ficción en televisión, los antecedentes de los relatos radiados o escenificados en la pequeña pantalla tuvieron un carácter literario, anidando en la novela por entregas del siglo XIX. Tanto en el teatro naturalista, como en la narrativa decimonónica (folletín), la ficción televisiva encontró precedentes genealógicos que orientaron el inicio de su desarrollo. Si el folletín periodístico fue el género popular más importante del siglo XIX, a mediados del XX esa hegemonía fue heredada por los seriales radiofónicos y, a finales del mismo siglo, por las series de televisión.

Las primeras experiencias de radioteatro o radiosainete en España datan de 1930. Al teatro radiofónico o radioteatro le sucedieron, sobre todo en los años cuarenta, los seriales o radionovelas. En esos años, se experimentó un proceso intenso de importación de las fórmulas de los dramáticos de la BBC británica y de la radio

⁵² Broadcast, en castellano “difusión”, es un modo de transmisión de información donde un nodo emisor envía información a una multitud de nodos receptores de manera simultánea, sin necesidad de reproducir la misma transmisión nodo por nodo. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Broadcast>)

norteamericana. A partir de la década de 1950, sin embargo, se inicia un proceso de desarrollo de seriales de corte costumbrista de comedia y drama. El costumbrismo de estos primeros seriales radiofónicos impregnará los contenidos de las primeras ficciones televisivas que se produzcan en nuestro país.

Siguiendo el análisis y los datos aportados por García de Castro (2002) al estudio historiográfico de la evolución de la ficción televisiva en España, podemos decir que el desarrollo de la misma ha estado marcado por cuatro períodos fundamentales, a los que cabría añadir una etapa de estabilización interna y de expansión internacional previa al inicio de la crisis económica global en 2008, que ha contraído de manera determinante la producción y el desarrollo de la ficción televisiva en nuestro país. Así, García de Castro propone el siguiente análisis y las siguientes etapas para dar cuenta del desarrollo de la ficción televisiva en España:

Su nacimiento en la década de los años sesenta

La influencia del medio radiofónico fue absoluta en los primeros años del medio televisivo en nuestro país, lo que determinaba tanto su devenir técnico, como sus contenidos. Los primeros trabajadores de TVE desarrollaron su actividad profesional con una formación muy precaria y sin referentes prácticos de otras cadenas de televisión europeas, como la BBC o la RAI. Los medios y saberes técnicos de los que disponían eran importados de Radio Nacional de España o directamente del teatro.

Los contenidos hegemónicos de ficción en aquellos años fueron los denominados “dramáticos”, espacios de carácter teatral que escenificaban obras literarias, fundamentalmente clásicas. Estos contenidos de ficción, ya fuera en su versión directa en estudio (teleteatro) o en su versión posterior serializada, abrieron la escuela profesional denominada “Tercera vía” en los primeros años de televisión en nuestro país. La denominación de dicha escuela se debió a su carácter estético

y técnico intermedio entre el teatro y el cine. Los trabajadores de aquellos años fueron descubriendo poco a poco con su práctica y uso de las telecámaras un nuevo lenguaje narrativo genuino y de corte eminentemente televisivo. Estos pioneros de la ficción televisiva fueron protagonistas de un sistema artesanal de producción que cargaba todo el peso creativo en la figura de un autor sobre el que basculaba la gestión escénica y técnica de todo el proceso productivo. Era una *televisión de autor* con un reducido nivel de socialización del trabajo, en la que las tareas de control del espacio dramático propias de un director, la denominada “puesta en escena”, y la construcción visual propia de un realizador solían estar unificadas en una única persona: un nivel mínimo de división del trabajo y una unidad total de un proceso de producción lineal y bajo el control de un único agente polifuncional que gestionaba el desarrollo de todas las tareas. En palabras de Juan Guerrero Zamora, uno de los pioneros de la televisión en España, “cuando un telespectador presencia en su pantalla una obra, está cumpliendo la fase última de un proceso indisoluble. Un proceso que empieza en la selección del tema, sigue en los ensayos, que ha de manifestarse en el total entendimiento de los factores guión, dirección, realización, que se traducirá en el montaje, vestuario, etc. Es lógico que este proceso unitario esté más cerca de conseguirse a medida que se concentren funciones en una sola persona. Por eso es muy importante que la realización recaiga en las manos del director de la obra. Si yo planifico con minuciosidad en los ensayos y obligo a los actores a moverse en la escena según esta planificación ideal, no cabe duda que nadie podrá realizar mejor que yo en su día el programa” (Baget-Herms, 1993).⁵³

Dentro de este esquema de creación artesanal, serán los cambios tecnológicos ligados al uso del magnetoscopio de dos pulgadas para unir bloques, así como la ampliación del número de decorados y la grabación con tres cámaras, los

⁵³ Guerrero Zamora se incorporado a TVE en 1957 tras haber sido director y programador de los espacios dramáticos en RNE. Fue el promotor de espacios como *Gran Teatro*, *Fila Cero* y *Estudio 1*, para los cuales puso en escena cientos de obras dramáticas, pudiendo mencionarse, por ejemplo, la versión de *Doce hombres sin piedad* de Reginald Rose, emitida el 16 de marzo de 1973, y en la que contó con los intérpretes más destacados del panorama artístico del momento, así como su versión de *Fuenteovejuna* (1971).

elementos que introduzcan en la realización dispositivos de innovación para el teleteatro, ficción televisiva fundamental de la época, alcanzando incluso la posibilidad de salir de los estudios y rodar en exteriores y de noche.⁵⁴ Sin embargo, será el video el elemento que modificará de manera más determinante los planes y planteamientos de la producción de programas de ficción. La aparición de la cinta de vídeo como medio de almacenamiento de imágenes de televisión acompañadas con sonido favorecerá el abandono del directo, aunque todavía se sigan grabando las escenas de una vez y en tiempo real como si se tratase de una emisión normal.

No obstante, y siguiendo con el análisis de García de Castro (2002), podemos decir que es en la segunda mitad de la década de los años sesenta cuando se producen los cambios más significativos. El régimen franquista verá en la televisión un medio muy potente para el ejercicio de su influencia social y propagandística, lo que motivará la inauguración de nuevos platós, la compra de nuevas cámaras, aparatos de iluminación, magnetófonos y mezcladores, así como la importación de los primeros sistemas de edición en video, abriéndose las puertas a una nueva generación de realizadores vinculados a la Escuela Oficial de Cinematografía y acelerándose el desarrollo del medio en general y de la ficción televisiva en particular.⁵⁵

Al mismo tiempo, la ampliación de horario de emisión, el estreno de la segunda cadena en 1966 y la extensión del parque de receptores, propiciaron igualmente la llegada de nuevos guionistas y actores. Todo ello, unido a la aparición de los primeros sistemas editores que posibilitaron el *montaje*, transformó el “taller artesanal” de ficción televisiva, imponiéndose paulatinamente un nuevo sistema de producción que, sin abandonar la lógica artesanal y con una división del

⁵⁴ El magnetoscopio es un aparato utilizado para grabar imágenes en movimiento en cinta magnética. Para una definición en profundidad del término se puede consultar: <http://es.wikipedia.org/wiki/Magnetoscopio>.

⁵⁵ En la temporada 67-68, las dos cadenas de TVE llegan a emitir ya semanalmente doce horas y media de programación dramática.

trabajo muy reducida, rompió con los planteamientos anteriores superando la emisión en directo y las simples puestas en escena teatrales.⁵⁶

La superación del ciclo dramático inicial pegado a los estereotipos radiofónicos y teatrales

Si en la década de los años sesenta la ficción televisiva doméstica había nacido de la mano del teatro y de la radio, recorriendo un largo ciclo que incluyó su serialización para adaptarse a las características propias del medio, durante los años setenta la ficción se orientó, productiva y estéticamente, hacia la lógica cinematográfica. Al mismo tiempo, TVE puso tímidamente los cimientos de una concepción más abierta del medio televisivo, comenzando a prestar atención a la figura del telespectador y sus comportamientos, así como iniciando pequeñas experiencias de cooperación con productoras independientes de cine.

Durante este período, el impacto de los sistemas de edición de vídeo, que terminó por imponer un nuevo sistema de producción que hizo prescindible el directo y que concedió protagonismo al montaje en el ciclo productivo, unido a un proceso de internacionalización de programas con narrativas de corte cinematográfico, fundamentalmente series y *telefilmes* estadounidenses, terminaron por arrinconar y agotar el modelo de los dramáticos y las novelas seriadas.⁵⁷ En estos años, la programación de productos estadounidenses de ficción se convirtió en norma, básicamente por la alta rentabilidad que aportaban a los directivos de TVE.⁵⁸ La producción industrial de ficción televisiva proveniente de Estados Unidos copó

⁵⁶ El montaje consiste en la ordenación de los fragmentos de video y audio seleccionados para construir la versión definitiva del material audiovisual.

⁵⁷ Ya en 1976 las dos cadenas de TVE dedicaron 200 horas a programar dramáticos (4,3% de la emisión total de cada cadena) y 500 horas a *telefilmes* estadounidenses (9,6%) (García de Castro, 2002). Un *telefilme* o telepelícula es una película realizada para ser transmitida por televisión. El formato apareció en Estados Unidos a principios de la década de 1960 para incentivar a las audiencias televisivas a ver en casa una película equivalente a los largometrajes exhibidos en salas de cine (<http://alturl.com/wm27f>).

⁵⁸ “Contratar un capítulo de un telefilme seriado cuesta en España unas doscientas mil pesetas. Producirlo costaría cuarenta veces más. Ciertamente los costes en Norteamérica son mucho más elevados, pero el rendimiento por publicidad y ventas es mucho mayor e incomprensiblemente rentable” (RTVE, 1976).

los mercados de la Europa occidental. El telefilme, su producto más significativo, impuso criterios estéticos y narrativos, ocupando gran parte del tiempo de emisión de las dos cadenas de TVE durante esos años.

Sin embargo, la producción propia no sólo no se detuvo, sino que creció cualitativamente con el desarrollo del formato de miniserie. De esta manera, impulsados por una corriente europea de desarrollo de este formato de serie de ficción como apuesta propia ante la supremacía de la producción norteamericana, jóvenes guionistas y nuevos realizadores formados en la Escuela Oficial de Cinematografía de Madrid y en la Escuela de Cine de Barcelona comenzaron a trabajar teniendo como referentes esquemas de producción propios del telefilme, así como dinámicas narrativas ligadas al lenguaje cinematográfico. Esta tendencia se incrementó con el fin de la dictadura de Franco, momento en el que TVE se empeñó en la fabricación de productos de ficción que dejaron huella en la memoria colectiva de los televidentes de nuestro país (*Cañas y barro*, *Curro Jiménez*, *La saga de los Rius*, *La barraca*, etc.). El desarrollo de la coproducción junto a empresas cinematográficas y el esfuerzo económico en algunas superproducciones pioneras marcaron la pauta de un proceso general de modernización del medio televisivo que incluyó el inicio de un vuelco hacia el conocimiento de los públicos, la centralidad incipiente de la categoría de audiencia y un tímido inicio de fidelización del telespectador con la instauración de una programación diaria con una parrilla estable de programas.

La superación de la crisis de los dramáticos en los años ochenta

TVE experimentó en los primeros años ochenta una crisis de sentido que tomó cuerpo a partir de dos elementos diferenciados que dictaban un cierto contrasentido: (a) una concepción del medio televisivo como servicio público y (b) una creciente mercantilización de su horizonte que pujaba por volcar la balanza del lado de una redefinición que otorgara a la actividad de negocio la centralidad que ostentaba en otros países, sumergidos ya en un proceso de

liberalización del sector audiovisual. Esta coyuntura afectará de manera sensible a los contenidos televisivos y, especialmente, a la ficción, que perdió protagonismo en favor de los espacios de concurso y entretenimiento. Al mismo tiempo, el contexto sociopolítico determinaba de manera relevante una supremacía de la información y los formatos de actualidad frente a los espacios de ficción. No fue hasta los años finales de la década cuando la ficción televisiva seriada consiguió adquirir protagonismo, comenzando a acaparar espacios significativos en la parrilla de programación ya no sólo de TVE, sino también de las cadenas autonómicas.

No obstante, los años ochenta marcaron una evolución significativa de la ficción televisiva en nuestro país. Por un lado, se confirmó la superación de la crisis de los dramáticos, con la consolidación de los formatos de miniserie o los telefilmes. Por otro lado, los géneros narrativos de la ficción vinculados a la grabación en estudio y en directo evolucionaron hacia las grabaciones en exteriores y el peso cada vez más relevante de la post-producción, favorecidos por la innovación tecnológica.⁵⁹ La deriva cinematográfica se vio reforzada por el uso de la monocámara de cine y la modernización del lenguaje se benefició de la edición electrónica, así como de una progresiva implantación de equipos de vídeo en pequeñas unidades móviles que revolucionó los sistemas de producción de series.⁶⁰ Las posibilidades expresivas que hasta ese momento sólo había integrado el cine, se hicieron posibles para la televisión gracias a la sofisticación tecnológica de las nuevas salas de edición.

Esa transformación técnica de las series propias de ficción, se acompañó de un esfuerzo por innovar en sus contenidos. La centralidad otorgada a los guiones originales escritos para televisión y la inclinación por la recreación de temáticas y situaciones ancladas en la actualidad, modificó de manera determinante la

⁵⁹ Sobre el concepto de postproducción se puede consultar la entrada “Preproducción/Producción/Postproducción” en el inventario.

⁶⁰ La disposición monocámara es un método de filmación de películas y programas de televisión que, a diferencia de la multicámara, utiliza únicamente una cámara en el set de rodaje. Sobre la edición electrónica se puede consultar el inventario: “Montajes y edición electrónica”.

ficción televisiva en España. Las series se construyeron a partir de guiones originales y se potenció el formato de temporadas de emisión de trece episodios con una media de cincuenta minutos de duración, emergiendo los contenidos de carácter profesional como valor en alza (historias profesionales de policías, abogados, etc.), algo que influyó notablemente en el desarrollo temático posterior de la ficción en nuestro país. Aún así, las series de recreación histórica siguieron existiendo con una fuerte preocupación por la calidad, tanto técnica como narrativa.

Sin embargo, la hegemonía de los productos norteamericanos de ficción se consolidó con la emisión de series que calaron fuerte en el imaginario colectivo y los seriales latinoamericanos coparon las sobremesas españolas convirtiéndose en un referente para las audiencias de la época. Aún así, el predominio en horas de emisión de la ficción estadounidense importada en el transcurso de la década se alternó con las preferencias que la audiencia demostraba cuando se programaba una producción nacional.

El despunte de la producción local de ficción televisiva

Con la emergencia de los canales privados y la consolidación de los autonómicos se desató un proceso de complejización del mercado audiovisual de ficción, así como de estandarización acelerada de los procesos de producción de series. La liberalización del sector televisivo provocó inmediatamente el nacimiento de un tejido productivo diversificado en cuanto a las funciones: por un lado, (1) las grandes cadenas de televisión encargadas de la emisión y de la financiación de la producción; y por otro lado, (2) una madeja de empresas productoras de programas y contenidos. De esta manera, la producción de ficción televisiva se

revolucionó, iniciándose un fuerte proceso de transformación desde dinámicas “artesanales” a lógicas de organización de corte formalmente industrial.⁶¹

Desde una situación de casi monopolio del ámbito televisivo por parte de TVE, tan sólo alterado por la irrupción de las cadenas autonómicas a mitad de los años ochenta, se pasó a un mercado altamente concurrido con existencia de diferentes agentes. En 1990 había en nuestro país diez canales de televisión, seis de ellos autonómicos. A lo largo de la década se fueron añadiendo cuatro nuevos canales autonómicos, tres plataformas digitales, doce operadores de televisión por cable y ochenta y tres canales temáticos con participación española en la producción de sus contenidos. El mapa televisivo español mutó en el contexto de un proceso de liberalización del sector audiovisual en su conjunto.

Desde este punto de vista, se asistió a la emergencia de una nueva organización de la producción caracterizada por su concentración en grandes productoras “independientes”. La participación en algunas de estas compañías de corporaciones extranjeras, así como su expansión hacia otros países europeos y latinoamericanos, constituyen factores característicos que nos hablan del rápido crecimiento del sector. No obstante, es necesario que maticemos de manera crítica el concepto de “producción independiente” en el caso del ámbito televisivo de nuestro país. En sentido estricto, la producción independiente de ficción no existe en España. Ello se debe a que las productoras no trabajan motu proprio para luego vender sus productos a los canales de televisión, sino que son estos últimos los que financian la casi totalidad de la producción. La llamada “producción independiente” no es más que un encargo que hacen los canales a las productoras privadas, que no asumen ningún riesgo y obtienen un beneficio industrial estipulado contractualmente entre ambas partes antes de conocer el resultado final. Es decir, estamos ante una producción delegada o financiada, pero nunca verdaderamente independiente (Álvarez y López, 1999).

⁶¹ Abordaremos el carácter únicamente formal y relativo de la industrialización de la fabricación de contenidos de ficción televisiva más adelante, en un apartado especialmente dedicado a este asunto.

En cualquier caso, la intensa demanda de contenidos por parte de las nuevas cadenas privadas, así como la política de conversión de éstas en meras plataformas de emisión que externalizaron mayoritariamente la fabricación de programas y contenidos, hizo que en la década de los años noventa se consolidara el sector de la producción de contenidos para televisión y que floreciera una galaxia de nuevas empresas de producción audiovisual en la que la fabricación de series de ficción constituyó uno de sus pilares fundamentales. Como prueba de este último dato basta señalar el impacto y significado de los productos de ficción en el conjunto de las emisiones al final de la década. En la temporada 1999/2000 los productos de ficción se habían consolidado como uno de los pilares básicos de la producción “independiente”, tanto por tiempo de producción y número de espacios realizados, como por el presupuesto que requerían. Si sumamos los espacios encuadrados en las diferentes modalidades de productos de ficción (series, seriales, TV movies, etc.) se obtiene un total de 46 programas y 1527 horas de emisión. Si ponemos en relación el tiempo de emisión y la inversión realizada en los diversos productos de ficción, se obtiene su verdadera importancia dentro del sector: estos productos representaban el 25,4% de los espacios desarrollados por empresas productoras “independientes” y el 12,3% del tiempo de emisión, pero recaudaban el 60% de la inversión (GECA, 2001).

Como ya hemos analizado en páginas anteriores, este crecimiento y consolidación del sector de la producción de contenidos de ficción televisiva se dio en un ámbito de intensa mercantilización del servicio televisivo y de fuerte competencia empresarial por la conquista del mercado. Dichas condiciones provocaron la implantación de estrategias económicas de abaratamiento de los costes de producción y generalizaron el ejercicio del *outsourcing*, elementos que contribuyeron a precarizar de manera determinante las condiciones de trabajo en el sector.

Al mismo tiempo, la fuerte dinámica de desarrollo de la industria provocó que los productos locales de ficción comenzaran a acaparar el *prime time* de las cadenas, superando en audiencia y emisiones a la producción importada. 1995 fue el año de consolidación de esta tendencia, con un predominio manifiesto de la ficción televisiva en torno a las series de producción nacional. Además, su fuerte impacto convirtió la sobremesa en un segundo *prime time*, con la emisión diaria de espacios seriales locales. La ficción televisiva nacional consiguió acaparar durante la temporada 95-96 nada menos que el 74% del ranking de las cincuenta emisiones más vistas (GECA, 1996).

Desde el punto de vista técnico, estético y narrativo, la evolución de la ficción televisiva española fue reseñable durante el período de su consolidación, que culminó a comienzos de la primera década del nuevo siglo. La búsqueda de una mayor rentabilidad económica por parte de las empresas generalizó la producción en estudio, el soporte videográfico y el desarrollo de la edición y postproducción electrónicas. La estructura narrativa de las series evolucionó a través del registro multicámara y de la edición posterior, con una innovación visual medida por la modernización de los códigos (fuertes ritmos narrativos, escenas breves, montajes con insertos, etc.). La nueva ficción articuló un híbrido entre la herencia de las telecomedias de épocas precedentes, las fórmulas del culebrón y, sobre todo, las series estadounidenses.

La “americanización” de la ficción televisiva española no solamente afectó a los contenidos y su forma, sino que impregnó la propia forma de organizar la fabricación de productos. Frente al predominio en anteriores etapas de patrones como la centralidad del autor individual, la gremialidad y la atomización industrial, la mercantilización y estandarización de la fabricación trajeron consigo la asunción del modelo estadounidense de “factoría de producción televisiva”: las empresas dejaron de ser pequeñas compañías familiares y artesanales que sólo afrontaban uno o dos proyectos por temporada o que nacían y morían con un único proyecto, para implicarse en estrategias durante varias

temporadas y con más de una cadena de manera simultánea.

Entre todas las empresas productoras de contenidos y programas para televisión, *Globomedia* es considerada como el motor fundamental del desarrollo mercantil y la estandarización de los procesos de producción de ficción televisiva en España, con la importación de las dinámicas propias de la industria estadounidense, tendencia que posteriormente seguirían el resto de empresas productoras.⁶² La mutación de las pautas clásicas de la producción de ficción televisiva alcanzó el conjunto de las tareas y los procesos, abarcando desde la instauración de la centralidad artística del productor ejecutivo hasta la división extrema del trabajo colectivo de los guionistas, desde los equipos numerosos de trabajadores hasta la aceleración y modulación de los ritmos productivos (Bustamante, 1999), en un movimiento general de erosión del clásico modelo de autoría individual, tributario del cine, que terminó por imponer al *trabajador colectivo* como sujeto determinante de la fabricación de contenidos de ficción televisiva.

Las transformaciones hacia la estandarización y serialización de los procesos de fabricación alcanzaron tanto al campo creativo de la actividad laboral, como a la puesta en escena o al proceso productivo mismo (García de Castro, 2002). En el campo creativo de la actividad de los guionistas las transformaciones más significativas fueron:

2. Las estructuras narrativas de las series se complejizaron, explotándose el cruce entre diferentes tramas de contenido.
3. Los escritores aumentaron hasta configurar equipos de trabajo compuestos por varios guionistas y tramistas.

⁶² Globomedia nació en 1990 como “Globo Televisión”. Desde 1993 tiene la actual denominación.

4. Se estableció la figura de un texto patrón o libro de estilo (*Biblia*) que desde entonces suele definir y orientar la evolución temática de las series.
5. Se implementó la voluntad de realismo y la hibridación de géneros, con la vista puesta en los gustos y comportamientos de las audiencias.

Estos rasgos generales, comunes al conjunto de los procesos productivos en los ciclos de fabricación de contenidos de ficción televisiva, se extendieron en la primera década de 2000 a lo largo y ancho de todo el sector televisivo en España. Tal y como hemos enunciado en páginas anteriores, dicha década se abrió con la definitiva consolidación del sector de productoras “independientes”: si las seis empresas más importantes del sector consiguieron 24,7 millones de euros de beneficio de explotación en 2001, un año más tarde ya llegaba hasta los 56,4 millones, lo que suponía duplicar la cifra del ejercicio precedente. En 2002 las productoras más importantes sumaban unos ingresos de 279,3 millones de euros, lo que significaba un incremento del 37,3% respecto a la cifra de la temporada anterior (GECA, 2004).⁶³

Durante la temporada 2003/04 la distribución por géneros de la producción comenzó a señalar un cierto estancamiento de las series de ficción: ocupaban el sexto puesto con un total de 21 espacios de emisión, 10 menos que un año antes. Igual ocurría con el tiempo de emisión de este tipo de productos, que pasó de 554 horas a 534 horas. Sin embargo, los datos no se relacionan con crisis alguna, más bien lo contrario. El comportamiento se debió a la existencia de una mayor continuidad en las series emitidas.⁶⁴ Los seriales, sin embargo, observaron un comportamiento diferente, ya que bajaron en el número de programas, de cinco a cuatro, pero subió su tiempo de emisión: de 258 horas a 296, un 14,7% más (GECA, 2004).

⁶³ Las empresas productoras más importantes en esta época eran Globomedia, Gestmusic Endemol, Videomedia, Europroducciones, BocaBoca y Zeppelin TV.

⁶⁴ Cada serie tenía una media de 20 emisiones durante la temporada. El índice de fracasos era, por tanto, muy bajo, si se tiene en cuenta que los ciclos de producción se suelen realizar en bloques de 13 capítulos (GECA, 2004).

Un dato revelador de la proyección y la importancia de los productos nacionales de ficción en la etapa de consolidación de los mismos lo constituye el interés de cadenas europeas y latinoamericanas por la compra de formatos o la emisión de programas de nuestro país. En 2006 España era el país europeo con más producción de ficción para televisión, tan sólo por detrás de Reino Unido y Alemania (Alvarado, 2006).

2.3. Estructura organizativa del proceso de fabricación y costes de producción

El surgimiento y consolidación de las empresas productoras de contenidos para televisión en España se desarrolló a partir de una dinámica de estructuración en base a la cualidad de los diferentes géneros televisivos y de los servicios audiovisuales que este tipo de empresas realizan. A partir de la estandarización y del carácter sistematizado de los procesos productivos, existen parámetros organizativos generalizados y las empresas se han dividido desde su nacimiento como sector en diversos departamentos, subdivididos a su vez en varias unidades de negocio que se corresponden con los proyectos que la empresa desarrolla en cada momento. De esta manera, los diferentes departamentos que componen la estructura de la organización corresponden a un área genérica de actividad: ficción, entretenimiento, publicidad, etc.

Dentro de un departamento de ficción encontramos diversas unidades de proyecto, acompañadas de secciones estables de actividad conformadas por medios técnicos y humanos con los que se da cuenta de las tareas de edición (imagen y sonido), casting, así como elaboración, estudio y selección de proyectos.

Por lo general, un equipo que participa en la fabricación de una serie de ficción televisiva depende, tanto cuantitativa como cualitativamente, de los objetivos del producto y del presupuesto con el que se cuenta para su creación. Los equipos están divididos en personal técnico y artístico. Las figuras más reseñables de responsabilidad del proceso son:

Productor/a ejecutivo/a

Responsable del proyecto desde el punto de vista artístico y económico. Su área de actividad incluye tanto la supervisión y dirección de todo el proceso productivo, como la relación directa y la negociación con la

cadena.

Director/a de producción

Su responsabilidad atañe a la parte económica del proyecto y a las infraestructuras. Desempeña un trabajo de administración y gestión económica. Al mismo tiempo, se ocupa de conseguir todo lo necesario para el rodaje en función de las necesidades marcadas por el guión: materiales, localizaciones, permisos, etc. Es común que cuente con la ayuda de varios ayudantes y auxiliares.

Equipo de guionistas

Cada proyecto tiene su propio equipo de guionistas. Son los responsables de la escritura de la línea argumental del relato, la creación de los personajes, así como de las tramas y las historias que configuran el cuerpo narrativo del proyecto. Por lo general, los equipos suelen estar conformados por un grupo que va de los 6 a los 8 escritores. El modo de organización de los equipos generalmente responde a dos esquemas:

- Subdivisión en diferentes equipos conformados por dos o tres trabajadores, al frente de los cuales hay un responsable de equipo.
- Un coordinador de guiones como cabeza directiva y visible de un equipo que se subdivide para la escritura por episodios en varios subgrupos de trabajo.

Junto a los guionistas, los equipos pueden estar compuestos igualmente por varias personas dedicadas a la documentación o a la elaboración de tramas sobre las que posteriormente los guionistas irán construyendo las historias, así como por personal meritorio, en la mayoría de los casos becarios de instituciones académicas que realizan prácticas no remuneradas en las empresas.

Director

Se trata de la persona responsable de la dirección artística de cada capítulo y del rodaje. En un mismo proyecto suele haber varios directores que se van turnando por capítulos. Hay proyectos en los que encontramos también la figura de un realizador. Cuando es así, el director se encarga fundamentalmente de la dirección de actores y actrices, mientras que el realizador se ocupa de la supervisión de la puesta en escena y de los detalles técnicos.

Existe un equipo de dirección altamente jerarquizado y compuesto por ayudantes y auxiliares, así como por los responsables del *script*.⁶⁵ Cuando el equipo de rodaje cuenta con un realizador, éste se rodea igualmente de diferentes ayudantes y auxiliares de realización.

A estas piezas claves del proceso de fabricación de una serie de televisión hay que añadirles otros departamentos relevantes como casting, sonido, decoración, vestuario y estilismo, iluminación, técnicos de estudio, así como los actores y las actrices. El conjunto de los operarios implicados puede llegar a las cien personas. Del mismo modo, el proceso de fabricación y su sentido, es decir, su inserción en el mercado de las audiencias a través de la emisión, se realiza siempre con la intervención y mediación de la cadena de televisión.

En última instancia, podemos decir que generalmente nada de cuanto ocurre en el proceso de fabricación está fuera del control de la cadena-cliente. Su relación con el proceso tiene una naturaleza de monitoreo y supervisión y se desarrolla a través de la comunicación directa fundamentalmente con el productor ejecutivo. Tal labor de monitoreo incluye el control sobre los contenidos de cada capítulo, a

⁶⁵ La continuista o *script* constituye una de las figuras más relevantes en el proceso de rodaje de una película o una serie de televisión. Es común que la función de script sea desempeñada casi exclusivamente por mujeres. La script tiene que tener una gran capacidad de observación, porque un fallo puede convertirse en una pérdida de dinero y de tiempo. Debe estar al lado del director, pero también controlando el trabajo que se realiza en el set de rodaje para que todo salga tal como indica el guión y las secuencias tengan continuidad en todos los aspectos.

través de la vigilancia de los guiones antes de que pasen a plató para el rodaje. De esta manera, la relación de servicio que se establece entre la cadena y la productora se caracteriza por un papel activo del rol de cliente y un control determinante del conjunto del proceso de la prestación.

“Sí, están encima... La cadena tiene su productora delegada y tienes que reunirte, coordinarte. Yo no lo llevo mal, pero sí es verdad que a veces te rompe mucho el... cómo ves tú las cosas. Imagínate, hay veces que estamos a punto de empezar a rodar y te paran un guión porque no les gusta... otras veces que te meten a un actor que ellos quieren por cosas de la cadena y resulta que el tío es conflictivo o muy malo actuando. (...) Yo no me puedo quejar, pero sí es verdad que es una presión tenerlos ahí, lo que pasa es que es impenable, no... no puedes hacer nada, son los clientes, ¿no?” [Entrevista 3]

Dicha relación de servicio opera, al mismo tiempo, como herramienta de presión sobre los trabajadores. La referencia a las exigencias de la cadena por parte de los cuadros de dirección del proceso de fabricación es uno de los elementos más recurrentes a la hora de intensificar los ritmos de trabajo, por ejemplo.

“De todas formas, hasta que la cadena no ha leído tu guión y ha dicho que sí, puede pasar cualquier cosa... Bueno, la verdad es que siempre puede pasar cualquier cosa, nunca sabes... (risas). Tú ya has pasado por el coordinador que te ha dado el visto bueno y has hecho las correcciones que te ha dado, luego lo lee el productor ejecutivo y vale, pero si a la cadena no le gusta, estás jodido porque vas a tener que cambiarlo”. [Entrevista 7]

“Es todo el rato, por ejemplo ayer estábamos cada uno a nuestra bola, escribiendo lo nuestro y de repente zafarrancho de combate, llegó el coordinador pálido porque la cadena quería que matáramos a un personaje porque querían meter al actor en otra serie. Desastre total, porque ya tenemos todas las continuidades terminadas y se han rodado ya un par de capítulos. (...) Nada, en el fondo lo que pasa es que es más curro y te jode, claro, porque siempre pringas tú”. [Entrevista 12]

Sin embargo, el papel fundamental de la cadena-cliente en la conformación del producto se desarrolla con mayor intensidad una vez que éste ha sido fabricado.

La inserción del capítulo correspondiente en la parrilla de programación en función de los intereses de la cadena, así como la configuración del producto en términos de marketing (publicidad en la propia cadena, publicidad en otros medios –revistas de televisión-, seguimiento en página web, etc.), constituyen actividades fundamentales tanto para la realización de la mercancía en el mercado televisivo, como para la consecución de una relación estrecha con los públicos.⁶⁶

Desde el punto de vista económico, el desequilibrio presupuestario entre los emolumentos y salarios del personal artístico y los operarios técnicos es manifiesto, observándose una desigualdad que en el caso de los actores y actrices condiciona la financiación y los costes del producto.⁶⁷ La importancia de la fidelización de las audiencias a los diferentes productos de ficción televisiva se juega en gran medida en la contratación de actores y actrices con peso en el *mainstream* local.⁶⁸ Lo normal es que el 30% del presupuesto total sea destinado al pago de los actores y actrices, el 20% al apartado técnico, incluidos equipos, y el 50% restante sea destinado para los directores, la música, vestuario, decorados y guionistas (El Mundo, 18/10/98). La reducción de costes en base a la subcontratación y la precarización de las condiciones de trabajo del personal técnico en su conjunto, así como una racionalización económica que tiende a

⁶⁶ Todas las series de ficción poseen su propia página web, generalmente confeccionada y alojada por la propia cadena. Dicho espacio comunicativo constituye una plataforma importante de promoción del producto, al mismo tiempo que opera como puerta de entrada del telespectador al proceso productivo de la serie: los foros con los que cuentan las páginas webs y en los que participa toda una legión de “fans” del producto, son consultados por los profesionales del medio y evaluados más o menos informalmente a la hora de considerar los contenidos a construir. De esta manera, las opiniones, juicios y conversaciones de los telespectadores vía foro telemático, entran a formar parte del proceso de fabricación de la serie. Profundizaremos en este asunto más adelante, en un apartado especialmente dedicado a los públicos.

⁶⁷ “La mencionada revista *Dinero* afirma que Arturo Fernández cobra siete millones de pesetas por cada episodio de *La casa de los líos*, remuneración que significa el 15,5% del presupuesto de producción de cada capítulo, que cuesta 45 millones de pesetas, según *El Mundo* (18/10/98)” (Geca, 2000). “(...) mientras que en *Médico de familia* o *Periodistas* los cachés de los actores principales se podrían llevar entre un 35% o un 40% del presupuesto (algún actor protagonista podía recibir 3 millones por episodio), en *Compañeros* será un 30% y en *Policías* un 25%, según los datos de la productora” (García de Castro, 2002).

⁶⁸ *Mainstream* es un anglicismo que literalmente significa “corriente principal”. Se utiliza para designar los pensamientos, gustos o preferencias aceptados mayoritariamente en una sociedad.

reducir al máximo las inversiones en infraestructuras y a simplificar los recursos destinados al desarrollo de los contenidos de los guiones, soportan el enorme gasto en personal técnico, fundamentalmente actores y actrices, verdaderos protagonistas de la actividad de marketing y lucha por la consecución de las audiencias.

No obstante, las informaciones sobre los costes de producción de un producto de ficción televisiva son a menudo discrepantes. La opacidad del sector no es la única razón. Se trata igualmente de una cierta peculiaridad que afecta al sistema español de producción: muchas productoras tienen financiación mixta, aportada por las cadenas y las propias productoras. Por este motivo, en muchas ocasiones resulta realmente difícil valorar económicamente la aportación de la cadena en infraestructuras técnicas (plató, equipos, etc.) (GECA, 2000).

El precio real por episodio de una serie de ficción depende del éxito comercial de la misma y del caché de los actores y actrices. En 1998, en pleno despunte y apogeo de la ficción de producción nacional en el panorama televisivo, el precio oscilaba entre los 20 y los 50 millones de pesetas para las series semanales con capítulos de unos 60 minutos de duración (Expansión, 3/8/98).⁶⁹ El coste de un episodio de un serial diario, que suele tener una duración de unos 30 minutos, podía llegar a 7 millones de pesetas en la misma época (Dinero, 25/2/99).

⁶⁹ En realidad la duración media en antena de un episodio ronda los 90 minutos, incluidos los bloques de publicidad.

2.4. La serialidad: pieza clave de la producción estandarizada de ficción televisiva

La posibilidad de reproducción serializada y estandarizada de sus mercancías ha jugado un papel muy relevante dentro de los factores que han determinado históricamente el desarrollo de las industrias culturales (Benjamin, 1991; Adorno, 1963; Horkheimer y Adorno, 1974). Al contrario de la concepción moderna del arte, para la que la *novedad* constituía el criterio fundamental que medía el carácter artístico de una obra, cuyo máximo valor residía en su naturaleza irrepetible, el desarrollo de la cultura de masas a lo largo del siglo XX colocó la *repetición* y la serialidad en el centro de la creación artística. Dentro de este movimiento histórico, destacó desde el principio el despliegue de las industrias mediáticas, cuyos productos funcionan según una lógica de iteración y de obediencia a un esquema preestablecido y redundante (Eco, 1994). Desde este punto de vista, si ha habido un sector paradigmático y explicativo de dicho movimiento en el campo mediático, ese ha sido la televisión, puesto que el medio televisivo realiza un especial uso de las configuraciones seriales y repetitivas.

Dentro del ámbito televisivo, la serialidad propia de los contenidos de ficción juega un papel relevante. Dicha serialidad combina dos modos diferentes de sintaxis: (1) la organización en *serie* y (2) la organización en *serial*, dos dispositivos narrativos atravesados de manera diversa por la dialéctica de la identidad/alteridad (Nel, 1990). Siguiendo los análisis de Stéphane Benassi (2001), las diferencias entre las dos formas de expresión de la serialidad serían las siguientes:

El *serial* activa un relato de ficción susceptible de sufrir variaciones semánticas, temporales y narrativas. Dicho de otra manera, el serial se juega sobre la expectativa del telespectador colocado frente a esas variaciones posibles. Esa expectativa de la fijación de las posibles alteraciones semánticas, temporales y narrativas, es contrarrestada por

la estabilidad espacial y discursiva del relato. El serial televisivo reposa sobre una temporalidad histórica y funda su relato sobre la evolución genealógica.

La *serie* consiste en la declinación, casi infinita, de un prototipo de partida que da por fijo un esquema narrativo, así como un cierto número de parámetros semánticos y temporales. La serie juega para el telespectador un papel consolador ligado a la iteración de varios esquemas recurrentes y conocidos que él es siempre capaz de anticipar. De esta manera, son las variaciones espaciales y discursivas las que aportan la parte de incertidumbre al relato. Por tanto, una serie puede aparecer como una suma de ocurrencias (los episodios) que reposan sobre la permanencia de un protagonista o un grupo de protagonistas.

Como vemos, las series y los seriales cumplen a la perfección con los requisitos de serialidad y fragmentación discursiva, adecuándose en su formato de manera eficaz al lenguaje y la estructura de la televisión, un medio que se ha desarrollado como gran soporte publicitario y comercial. Tal circunstancia ha motivado históricamente una estructura fragmentaria de su flujo enunciativo que ha encontrado en la interrupción por inserción continua del discurso publicitario el motor organizativo no solamente de su programación diaria, sino de la confección de los propios contenidos televisivos.⁷⁰ Un ejemplo de esta dinámica lo constituye el hecho de que la duración de los episodios que configuran las temporadas de las series de ficción televisiva generalmente se oriente en base a criterios de compatibilidad con las inserciones publicitarias. Del mismo modo, la

⁷⁰ La publicidad televisiva produce efectos de serialización incluso en la emisión por televisión de largometrajes cinematográficos: la inclusión de anuncios a lo largo del desarrollo de la emisión desestructura las tramas y administra la intriga en términos seriales de ruptura de la unidad del relato. Lo cierto es que la influencia de la lógica de serialización propia de la ficción es más que patente en otro tipo de productos. “Parece que, en efecto, ciertas propiedades inherentes a la ficción pueden ser aplicadas a otros géneros televisivos que estarían también afectados por la serialidad (...) podríamos por lo tanto considerar la serialidad como el triunfo o la armonización de prácticas narrativas, de lógicas mediáticas posibles y de objetivos socio-económicos” (Benassi, 2001)

eficacia de su estructura narrativa bascula sobre ciertas técnicas como la situación de los *puntos de giro* del relato o la interrupción de las emociones que dejan en suspenso al espectador en función de los anuncios publicitarios que deban incluirse en la emisión del producto.⁷¹ En resumidas cuentas, la serialidad del género de ficción entronca con la estructura fragmentada característica de la programación televisiva, encajando a la perfección con la dosificación y fragmentación del lenguaje, elementos que, precisamente, confieren coherencia y unidad textual al discurso de la televisión. Es interesante señalar al respecto que la publicidad televisiva produce efectos de serialización incluso en la emisión por televisión de contenidos diferentes a la ficción serial, por ejemplo, los largometrajes cinematográficos. Desde este punto de vista, la inclusión de anuncios a lo largo del desarrollo de la emisión de una película desestructura las tramas y administra la intriga en términos seriales de ruptura de la unidad del relato. En palabras de Benassi (2001), “parece que, en efecto, ciertas propiedades inherentes a la ficción pueden ser aplicadas a otros géneros televisivos que estarían también afectados por la serialidad (...) podríamos por lo tanto considerar la serialidad como el triunfo o la armonización de prácticas narrativas, de lógicas mediáticas posibles y de objetivos socio-económicos”.

Tal y como apunta Rosales (2002), la centralidad de la serialidad en el medio televisivo se ha relacionado clásicamente con la idea de una industrialización de dicho medio. Es evidente que hay una simetría notable entre la cualidad de la serialidad en televisión y la racionalidad del propio desarrollo industrial en sí, que ha descansado históricamente en una regularidad de la producción ligada a un proceso de uniformización de los productos cuyo sentido no viene determinado por la realización de un objeto particular, sino por la fabricación de una serie indefinida de mercancías estandarizadas. La uniformidad del producto, su carácter seriado y masivo, ha sido una condición de la producción mecanizada y racionalizada, en cuanto ha permitido establecer tareas idénticas. En este

⁷¹ El *punto de giro* es un elemento narrativo que hace avanzar la acción. Sirve de nexo entre las distintas partes de contenido que componen la estructura del texto.

esquema, toda individualidad introducida en el objeto complica el sistema de trabajo. Por otra parte, la uniformidad del producto implica también una garantía de cara al consumidor y la posibilidad de constituir una fidelización de la relación.

Desde este punto de vista, la evolución de la ficción televisiva puede constituir un analizador privilegiado de la aplicación de esta racionalidad a una actividad de eminente carácter cultural en la que las *performances* y contenidos artísticos juegan un papel central. Desde este punto de vista, asistiríamos a una cierta refutación de las concepciones clásicas de la actividad artística. Según estas concepciones frente a la regularidad de la producción industrial, la creatividad artística resulta enormemente irregular y difícil de prever. Conceptos como *capricho*, *inspiración* o *genio* hacen referencia en las teorías estéticas a una irregularidad y una irracionalidad del acto creativo opuestas supuestamente a la racionalidad de la fabricación industrial (Rosales, 2002). Según las reglas clásicas de la actividad artística, éstas no tienen nada que ver con las de la gestión: toda tentativa de racionalización y de optimización de los medios no puede más que chocar de frente con todo proyecto artístico.⁷² La producción de ficción televisiva demuestra, sin embargo, que esta concepción se corresponde con la realidad. Como veremos más adelante cuando analicemos los procesos y las pautas de producción en las que se inserta el trabajo de los escritores de ficción televisiva, resulta absolutamente posible racionalizar, estandarizar y serializar la creación artística.

En este punto reside seguramente uno de los elementos más importantes de fricción entre las realidades de la producción de mercancías de ficción televisiva y las concepciones románticas y clásicas de la actividad artística. Lejos de dichas concepciones, el trabajo de los escritores televisivos se sujeta de manera paradigmática al concepto weberiano de racionalización, es decir, a un proceso

⁷² Sobre las construcciones y formas de subjetivación clásicas sobre la actividad artística se puede consultar: Chiapello, 1997; Bourdieu, 1992.

de ordenamiento y sistematización con el objetivo de hacer predecible y controlable la actividad (Weber, 1976). Como veremos más adelante, esta lógica alcanza al escritor de contenidos de ficción televisiva más allá de los espacios de su trabajo que resultan reconocidos formalmente como tales, empapando el conjunto de su vida a partir de las cualidades sustanciales que Weber le atribuyó a la racionalidad propia del capitalismo: centralidad del cálculo, desarrollo por objetivos, control como predicción y prescripción, estandarización de los procedimientos y producción de valor como vector de la globalidad de la vida social en la cotidianidad de sus rutinas (Clegg and Dunkerley, 1980; Clegg, 1975).

2.5. Adaptación y copia: lógicas de desarrollo de la ficción televisiva en España

En 2006, con motivo del cincuenta aniversario de RTVE, la Fundación para la Investigación del Audiovisual (FIA) y el ente público de radio y televisión organizaron el seminario *Tendencias de futuro en los contenidos y programas de televisión*. El encuentro, que reunió a diversos expertos en materia de comunicación audiovisual señaló la capacidad de innovación y la creatividad como motores fundamentales del desarrollo del medio televisivo: “*Creatividad como garantía de futuro. Si no está en crisis, la televisión vive al menos un momento de incertidumbre, acosada por cambios sociales y tecnológicos que están cambiando los hábitos de consumo. Los expertos que han debatido en el seminario Tendencias de futuro en los contenidos y programas de televisión -que ayer cerró sus puertas en Madrid organizado por RTVE en su 50º aniversario y por la Fundación para la Investigación del Audiovisual- concluyeron que la ‘innovación’ y la ‘interactividad’ caracterizarán a los programas y las series de los próximos años*” (Baragaño, 2006).

La categoría de innovación constituye uno de los fetiches en los discursos empresariales al uso, resultando una clave recurrente en las enunciaciones de las empresas de comunicación. El origen de dichas enunciaciones se encuentra en los dispositivos tradicionales de producción de subjetividad en torno a la figura empresarial, que han concebido la acción de dicha figura como agente de la introducción de la innovación en el sistema económico, señalando la organizaciones empresariales como los sujetos de la acción innovadora (Schumpeter, 1962).⁷³ En palabras de Drucker (1985), “los empresarios innovadores que triunfan, tratan de crear valor y de hacer una contribución (...) pero los empresarios triunfadores apuntan alto. No se conforman con mejorar lo

⁷³ Abordaremos en profundidad más adelante el análisis de estas formas de subjetivación empresarial en torno a la producción de innovación, señalando los límites de dichas construcciones en relación a las realidades de la escritura de contenidos de ficción televisiva en España.

que ya existe. Tratan de crear valores nuevos y satisfacciones nuevas diferentes; tratan de convertir un ‘material’ en un ‘recurso’ (...) Y es el cambio lo que siempre proporciona la oportunidad a lo nuevo y diferente. Entonces, la innovación sistemática consiste en la búsqueda organizada, y con un objetivo, de cambios, y el análisis sistemático de las oportunidades que ellos pueden ofrecer para la innovación social o económica”. En el sector audiovisual en particular, se insiste en que el motor fundamental de esa innovación está constituido por los contenidos y, por tanto, por la creatividad (Bardají y Gómez Amigo, 2004).

Sin embargo, el desarrollo del sector de las empresas de producción de contenidos para televisión, y en particular la estandarización de los procesos de fabricación de ficción serial a partir de la liberalización del campo televisivo, además de representar el momento histórico de mayor transformación del medio audiovisual en nuestro país, representa una experiencia que subraya el límite y el carácter cuestionable de la producción de ideología empresarial en torno a los conceptos de innovación y creatividad como motores de la transformación. En este sentido, las empresas de producción de ficción televisiva serial han mostrado en nuestro país una inclinación muy marcada hacia el desarrollo de una estrategia de emulación e importación del modelo estadounidense, tanto desde el punto de vista técnico, como en lo referente a los propios contenidos y formatos de producto. La creatividad empresarial ha consistido, básicamente, en un ejercicio de copia cuya lógica ha terminado por empapar todos los órdenes productivos: de las formas de organización, a las estructuras y contenidos narrativos, pasando por la construcción de referentes estéticos y sociales.

Comúnmente se señala a Globomedia, catalogada como la empresa productora de contenidos de televisión más importante de nuestro país, como el motor de la innovación experimentada por la ficción televisiva a partir de los años noventa del siglo pasado y como referente de la organización sistematizada y estandarizada de la fabricación de series de televisión. No obstante, la forma de innovación puesta en marcha por sus directivos consistió fundamentalmente en

una práctica de importación: el objetivo declarado de la empresa en sus inicios fue el aprovechamiento de los desarrollos de las grandes cadenas de Estados Unidos y su traducción al contexto español. Los directivos de la productora pertenecían a un grupo de profesionales con ideas más próximas a la televisión estadounidense que a la europea (Bardají y Gómez Amigo, 2004). Tal y como apunta García de Castro (2001), mientras que los realizadores de la televisión en España antes de los años noventa viajaban con frecuencia a Inglaterra para estudiar las técnicas que aplicaban los profesionales de la BBC, esta nueva generación visitó los estudios de la FOX y la NBC, se masterizó en Estados Unidos y creció culturalmente con los imaginarios de las series americanas de los años setenta y ochenta del siglo pasado.

Tanto desde el punto de vista técnico como de los contenidos, la traducción de las dinámicas de producción de ficción propias de la televisión estadounidense fue la regla general de desarrollo del sector en España. El éxito de las formas de organización de la producción y de los productos de Estados Unidos no remitió a un mero acto de imperialismo cultural (Shiller, 1976; Sepstrup, 1990), sino que se ligó a diferentes factores que van más allá de la simple imposición de una cultura. En este sentido, las series estadounidenses han sido tradicionalmente fabricadas en base a principios estéticos, narrativos e industriales ya contrastados en el cine de Hollywood: grupos de guionistas, patrones y estructuras prácticas fijas para la escritura, prueba con episodio-piloto y test con las audiencias, tramas relativamente simples, etc. Su capacidad de seducción más allá de las particularidades sociales de su contexto local, se ha debido sobre todo al carácter universal de sus temáticas. El mercado doméstico estadounidense no sólo es enorme, sino que está compuesto por una diversidad étnica y de herencias culturales que domina una sociedad atravesada históricamente por el fenómeno de la inmigración. Desde este punto de vista, la ficción televisiva ha debido desarrollar en Estados Unidos una capacidad de producción a un alto grado de universalismo, desplegando la investigación de fórmulas, estructuras, temas y personajes potencialmente accesibles y reconocibles para los miembros de

culturas diferentes. El éxito foráneo de sus fórmulas y la importación de sus lógicas se deriva fundamentalmente de este dato, pero no solamente.

La copia o la adaptación masiva de los formatos estadounidenses descansa en gran medida sobre criterios puramente económicos de fiabilidad: son fórmulas contrastadas que funcionan a nivel de audiencia y reducen la incertidumbre de negocio al mínimo. En realidad, se trata de una dinámica que no solamente va más allá del impacto foráneo de la ficción televisiva de Estados Unidos, sino que limita al máximo el riesgo que conlleva la innovación de nuevos formatos y contenidos, modulando y reduciendo el ejercicio creativo. En palabras de Contreras y Palacio (2000), “es cierto que todo éxito surge desde la innovación y el riesgo, pero ¿dónde está el umbral de permisibilidad de equivocaciones antes de acertar con una apuesta? Se trata de una complicación financiera –hacer televisión es muy caro, y hacer televisión con fracaso añadido es una ruina- y, además, de una cuestión de confianza profesional”. En un entorno de fuerte competitividad y en el que hay poco margen para el error estratégico, la reducción de la incertidumbre exige de una limitación de la creatividad y de la innovación, en favor de una apuesta por formatos que ya hayan demostrado su eficacia en otros países y mercados:

“(...) Se copia mucho, pero mucho. Es que no te la puedes jugar, porque poner en marcha un proyecto exige mucha inversión y si luego no te sale, te caes con todo el equipo. Por eso se tiende en general a la adaptación de formatos extranjeros y a la... bueno, sí, se puede decir así, aunque yo no te he dicho esto antes (risas), también a copiar productos que ya hayan funcionado cambiándoles cuatro cositas” [Entrevista 2]

“Tú no arriesgas porque la cadena no arriesga. Hay demasiado dinero en juego como para andar inventando y que luego no funcione. La cadena no puede fallar de cara a los anunciantes y nosotros, la productora, tenemos que cuidar la imagen y no podemos permitirnos fracasos que no van a ningún lado, no entra dentro de lo que nos podamos permitir. Mejor mirar qué es lo que funciona, por donde van los tiros, y tirar por ahí” [Entrevista 1]

Desde este punto de vista, en el campo de la ficción televisiva la innovación no debe entenderse como la creación de productos sino, más bien, como la adaptación de géneros y mercancías ya existentes. La creatividad no persigue la originalidad, sinónimo de riesgo empresarial, sino que se centra mayoritariamente en la adaptación o traducción de formatos ya testados en otros mercados. Como señala *Distraction Formats*, una importante empresa de referencia en la distribución de formatos televisivos y contenidos mediáticos con sedes en Montreal y París, “un formato de éxito es como una receta de éxito. Si se quiere hacer lo correcto, se deben mezclar todos los ingredientes cuidadosamente y seguir el libro de recetas o el paquete de formato. Si esto se cumple, el éxito está garantizado. Un programa que ha sido ganador en audiencia en un país, tiene todas las oportunidades de ser un ganador en audiencias en otros países, sin tener errores costosos y sin incurrir en mayores costes de desarrollo”.⁷⁴ En cierto sentido, uno de los límites estructurales del proceso de creación de valor en televisión descansa en el hecho de que casi todo lo que puede emitirse siguiendo los criterios de negocio propios del medio está ya inventado, por lo que sólo restan variaciones de lenguaje y alquimias de elementos formales (Arnanz, 2002).

Sin embargo, la práctica de la copia de fórmulas va más allá de los simples formatos televisivos, representando una lógica que permea los procesos de fabricación de productos de ficción televisiva en su conjunto:

*“- ¿Alguien tiene en casa la peli ‘Matrimonio de conveniencia’?
No, pero yo conocí una vez un caso muy parecido
No, no, mejor copiar algo con fundamento cinematográfico que
copiar la realidad”*

[Fragmento de discusión entre dos guionistas mientras elaboraban una trama]

“- Pero es que eso no cuela.

⁷⁴ <http://www.distract.com>

¿Cómo que no cuele? En Scrubs lo hicieron así con el Dr. Cox en la tercera temporada y joder que si coló.

Ya, pero es que...

Nada, nada, lo copiamos igual pero cambiado y ya verás como funciona”

[Fragmento de discusión entre un coordinador de guiones y un guionista]

La lógica de adaptación que atraviesa la fabricación de contenidos nos pone sobre la pista de un dato relevante: la ficción televisiva no toma como referente la realidad social, sino la construcción de realidad que desarrolla el propio medio televisivo. Se trata de una práctica redundante y tautológica de iteración que reduce la complejidad, normaliza la práctica de la copia y tiende a convertir la representación de la realidad en una reproducción infinita del propio discurso televisivo.

CAPÍTULO 3

Escritores de ficción televisiva: los trabajadores, las trabajadoras y los trabajos

Lejos de las representaciones románticas, contestatarias o subversivas del artista, habría que mirar al creador como una figura ejemplar del nuevo trabajador, figura a través de la cual es posible seguir transformaciones tan decisivas como la fragmentación del continente salarial, el crecimiento de los profesionales autónomos, el aumento y el empuje de las desigualdades contemporáneas, la medida y la evaluación de las competencias o, incluso, la individualización de las relaciones de empleo.

Pierre-Michel Menger,

Las tres cosas más importantes para una película son, en orden de importancia, el guión, el guión y el guión.

Billy Wilder

*Para ganarme el pan, cada mañana
voy al mercado donde se compran mentiras.
Lleno de esperanza,
Me pongo a la cola de los vendedores.*

Bertolt Brecht, *Hollywood*

Como ya hemos apuntado con anterioridad, los guionistas de televisión atesoran un cúmulo de características en torno a los contenidos de su actividad y a las formas de regulación de su prestación laboral que los convierten en condensadores ejemplares y paradigmáticos tanto de las condiciones de empleo generalizadas en gran parte de los sectores productivos en nuestros días, como de los contenidos medios de las actividades laborales asociadas a la fabricación de productos de televisión en nuestro país. Desde este punto de vista, arrancamos el análisis de las realidades concretas de los trabajadores, las trabajadoras y los trabajos en el universo productivo de la escritura televisiva no con el propósito de ceñirnos a una lógica de estudio de caso que se cierre sobre sí misma, sino con la intención de proponer una figura productiva concreta que funcione como analizador de las cualidades, los límites, las violencias y los conflictos que atraviesan los mundos actuales del trabajo.

En este sentido, la propuesta con la que iniciamos el viaje es sencilla: las actividades de creación artística representan una expresión muy avanzada de las dinámicas productivas hegemónicas en nuestros días, así como de sus tendencias de evolución. En el campo de paradojas en el que se desarrollan las actividades artísticas en general, y la labor de los guionistas de televisión en particular, se revelan algunas de las transformaciones más significativas que el trabajo y sus regímenes de gobierno han experimentado en las últimas décadas: alta autonomía formal en el desempeño de la actividad, individualización de la relación de empleo, flexibilidad en la prestación laboral, movilidad significativa, centralidad de la organización por proyectos y de las relaciones de servicio, precarización, peso creciente de las actividades de corte cognitivo, etc. (Menger, 2002). En definitiva, el guionista de ficción televisiva opera como encarnación de un trabajador inventivo, móvil, presa de una economía de la incertidumbre, abiertamente expuesto a los riesgos de la competitividad y a las nuevas inseguridades de las trayectorias profesionales, así como sujeto y objeto de toda una galaxia de mutaciones productivas que hacen de él una ventana privilegiada por la que asomarse a las realidades cotidianas de los nuevos escenarios

productivos, así como a las figuras del trabajo que los habitan.

Sin embargo, poco se sabe de los guionistas y las guionistas de televisión y de su actividad laboral. Como ya hemos señalado, la centralidad concedida por la sociología de la comunicación a los análisis focalizados únicamente en torno a la naturaleza y el contenido de los productos mediáticos, así como al impacto social de los mismos, ha tenido como contrapartida el olvido analítico de los procesos de trabajo y de los trabajadores que están detrás de la fabricación de dichos productos (Pasquier, 1994 y 1995). Empezaremos pues nuestro viaje apuntando algunos datos sobre los guionistas y las guionistas españolas que nos ayuden a construir una mínima radiografía de un sector profesional sobre el que existe una notable carencia de información y un vacío analítico absoluto.

3.1. Radiografía de los escritores audiovisuales en España

En 2004 la Fundación Autor y la Asociación ALMA hicieron públicos los resultados de una investigación sobre los guionistas españoles que desarrollan su actividad profesional en los campos de la escritura de películas cinematográficas, series de ficción para televisión, concursos televisivos, documentales, publicidad, así como otros programas de televisión (Fundación Autor y ALMA, 2004).⁷⁵ Se trata del primer material de ese tipo publicado en nuestro país y, pese a constituir un estudio de carácter fundamentalmente cuantitativo que sigue una perspectiva distributiva que no distingue más que someramente entre los profesionales empleados en el medio cinematográfico y aquellos que trabajan en la industria televisiva, constituye una herramienta interesante al menos en dos sentidos: por un lado, representa una buena radiografía de base sobre la que aterrizar nuestros análisis, dotándonos de un mapa de las situaciones concretas que dan cuerpo a los sujetos del mundo productivo por el que vamos a movernos; por otro lado, puede funcionar como elemento de contraste que ilustre hasta qué punto algunos de nuestros razonamientos y de nuestras propuestas analíticas encajan con los datos materiales y tangibles que aporta el estudio de referencia.

El informe publicado por la Fundación Autor y ALMA aporta luz sobre puntos clave de la realidad de los escritores audiovisuales en España, como las condiciones de desarrollo de la actividad profesional, algunos indicadores sociodemográficos básicos, las formas y la cuantía de las retribuciones, así como los malestares e inquietudes de los trabajadores del guión. Uno de los elementos más interesantes del estudio es que aporta una información crucial sobre la condición del guionista elaborada precisamente en el momento de máximo auge de la ficción televisiva en nuestro país. Con un marco muestral constituido

⁷⁵ Para una descripción de ambas organizaciones se puede acudir al inventario de categorías y cuestiones que incluimos en este trabajo. La Fundación Autor publicó en 2012 el informe *La escritura de guión en España. Un estudio de la profesión*. Se trata de un material simétrico al primer informe de 2004, tanto en su contenido como en su forma. Pese a mínimas variaciones, sus datos y las implicaciones de sus análisis son prácticamente idénticos al primer estudio. Por ello, nos hemos inclinado por el uso del primero de los informes, más próximo al período de auge de la ficción televisiva en nuestro país.

principalmente por los escritores audiovisuales adscritos a ambas asociaciones, su universo está establecido en 2.126 escritores audiovisuales, de los que 447 fueron encuestados mediante cuestionario autoadministrado enviado por correo electrónico o postal. Las fechas de realización del trabajo de campo fueron del 22 de octubre al 5 de diciembre de 2003 y el margen de error fue establecido en $\pm 4,03\%$.

Veremos los elementos más relevantes que ofrece el estudio e iremos profundizando mucho más allá de los escuetos datos estadísticos que aporta. Conviene señalar, no obstante, que partimos con un hándicap en el uso de esta herramienta: el material, amén de hacer una incursión carente de análisis y meramente superficial en el objeto de estudio que nos ocupa, no aporta datos desglosados sobre los guionistas empleados específicamente en la escritura de ficción televisiva. Por ello, el estudio de la Fundación Autor y ALMA funcionará para nosotros únicamente como inventario de datos de partida, a partir del cual avanzaremos en el análisis sociológico pormenorizado y específico del caso de los escritores de series de televisión, apoyados en nuestra labor investigadora y en nuestra propia experiencia profesional en el sector, así como en el extenso trabajo de rastreo bibliográfico que hemos desarrollado en el curso de nuestra investigación.

No obstante, conviene apuntar que el hecho de que el estudio de la Fundación Autor y ALMA no aporte datos desglosados sobre los guionistas televisivos supone únicamente un hándicap relativo: los diferentes campos audiovisuales en los que los profesionales del guión pueden desarrollar su labor no solamente no son excluyentes, sino que en numerosas ocasiones se combinan, siendo común que un escritor empleado en el equipo de guionistas de una serie de televisión, compagine su labor con un trabajo puntual en publicidad, se haya dedicado al entretenimiento televisivo con anterioridad o esté escribiendo un largometraje cinematográfico al mismo tiempo. Desde este punto de vista, el hecho de no contar con datos desglosados no invalida la plena utilidad de la información que

aporta el estudio. El material de la Fundación Autor y ALMA resulta funcional para nuestros propósitos, operando como una especie de potencial variable de control con la que poder ir verificando la adecuación de algunos de los análisis que emanan de nuestra investigación con datos estadísticos complementarios al respecto. Pese a lo limitado y superficial de la aproximación que propone dicho informe, la ausencia prácticamente absoluta de datos sobre los escritores audiovisuales españoles, junto a su condición de primer material de ese tipo en España, le confiere un valor incuestionable, convirtiéndolo hasta la fecha en una importante herramienta de consulta para cualquier proyecto de investigación sobre los profesionales de la escritura audiovisual en nuestro país.

3.1.1 Género y edad

El colectivo de profesionales de la escritura audiovisual en España está caracterizado por un fuerte sesgo masculino: el 77,6% de los guionistas son hombres, mientras que únicamente el 21,2% son mujeres. Este dato concuerda con la realidad del conjunto del sector audiovisual de nuestro país, en el que se observa no solamente una infrarrepresentación numérica de las mujeres en las categorías profesionales con marcado carácter directivo, creativo o de responsabilidad, sino en el que impera además una división sexual del trabajo en base a la fuerte feminización de los puestos asociados con cualidades tradicionalmente atribuidas a las mujeres, fundamentalmente tareas de corte eminentemente asistencial (casting, peluquería, maquillaje, vestuario, ayudante de dirección, script, etc.).⁷⁶ No obstante, conviene apuntar que existe una mayor presencia de mujeres en los equipos de guionistas televisivos que en el campo del trabajo de guión cinematográfico. Igualmente, a lo largo de nuestra investigación hemos podido constatar que hay una diferencia en la distribución de la participación de las mujeres en los equipos de guión televisivo dependiendo del género de programas de que se trate. Así, la fabricación de programas de entretenimiento es la que cuenta con una mayor presencia de mujeres en las tareas de guión, fundamentalmente en lo que se refiere a los formatos de *talk show* y de *reality show*.⁷⁷ Resulta interesante señalar dos cuestiones en este sentido: las escritoras de contenidos de entretenimiento generalmente no son

⁷⁶ No hemos encontrado materiales al respecto referentes a la industria televisiva, mucho menos focalizados en el caso de la fabricación de contenidos de ficción para televisión. Existe el informe parcial de una investigación dirigida por Fátima Arranz entre los años 2007 y 2008: "La igualdad de género en la ficción audiovisual: trayectorias y actividad socioprofesional en la televisión y el cine español" [Entidad financiadora: CICYT. Plan Nacional de I+D+I. Número de Expediente: 128/06]. Parte de dicha investigación es la base de un libro publicado en 2010 (Arranz, 2010). Ambos materiales tienen el límite de circunscribir sus análisis al caso de la industria cinematográfica, dejando de lado el medio televisivo. En el informe de investigación, disponible en la página web de la Asociación de Mujeres Cineastas y del Audiovisual –CIMA- con el título "La Situación de las mujeres y los hombres en el audiovisual español: estudio sociológico y legislativo" (<http://www.cimamujerescineastas.es/htm/proyectos/estudios/estudios.php>), se señala que el estudio comprende también el análisis del ámbito televisivo español. No obstante, los únicos datos de dicha investigación publicados hasta la fecha solamente hacen referencia al ámbito de la cinematografía.

⁷⁷ Para una definición de ambos términos se puede consultar el inventario de conceptos y categorías.

calificadas como guionistas, sino como redactoras, lo que implica una connotación de menor cualidad profesional en relación a otro tipo de escritores audiovisuales. Por otro lado, los programas con mayor presencia de mujeres en las tareas de escritura son aquellos especialmente concebidos para un consumo femenino y con un contenido temático más ceñido a órdenes íntimos o de carácter “rosa”: la llamada *televisión compasional* (Mehl, 1994). De esta manera, pese a que en estos ámbitos la presencia de mujeres es mayor, la cualidad de la discriminación es incluso más aguda: mujeres empleadas en programas para mujeres y focalizadas en contenidos tradicionalmente concebidos como de “carácter femenino”, ocupando una categoría profesional desvalorizada por el uso de un epíteto diferente al de guionista y que indica un rango inferior en la cualidad de la prestación laboral y las tareas.

En cualquier caso, la participación de mujeres guionistas en la concepción de contenidos de ficción televisiva es en general mayor que en el caso del conjunto del sector audiovisual, llegando incluso a observarse una inversión de los términos. Mientras que del total de escritores que declaraban dedicarse a la escritura audiovisual en el estudio de la Fundación Autor y ALMA el 77,6% eran hombres y el 21,2% mujeres, entre los guionistas empleados en la escritura de series de ficción televisiva el 51,5% estaba constituido por mujeres y el 43,5% por hombres.⁷⁸ Así mismo, durante el periodo en que se ha extendido nuestro trabajo de campo centrado sobre todo en el proceso concreto de fabricación de la serie *Hospital Central*, hemos tenido la oportunidad de participar en tres equipos distintos de fabricación de guiones. En el primero había un 30% de mujeres, el segundo contaba con un 25% y en el tercero la presencia de mujeres ascendía al 50% del total de escritores. Porcentajes todos ellos que se sitúan por encima del 21% indicado por la investigación de referencia para el sector audiovisual en su conjunto.

⁷⁸ Los porcentajes no suman 100 porque los cuestionarios admitían una respuesta múltiple, dado que es común que muchos guionistas compaginen y simultaneen actividades de escritura en diferentes industrias audiovisuales.

En cuanto a la edad de los trabajadores del guión en nuestro país, el estudio de la Fundación Autor y ALMA señala que la edad con mayor representación entre los escritores audiovisuales es la comprendida entre los 30 y los 45 años, con un 65,2% de los trabajadores, mientras que los menores de 30 años representan el 11,5% del conjunto y los mayores de 45 constituyen el 22,7%. A tenor de lo que hemos observado en la realización de nuestra labor investigadora, la ficción televisiva confirma tendencialmente esta distribución por edades, si bien la franja de los menores de 30 años es superior y los guionistas mayores de 45 años representan un porcentaje menor del que les confiere el estudio de referencia. Del conjunto de entrevistas que hemos realizado con trabajadores y directivos del medio televisivo, 20 han correspondido a guionistas, de los cuales 6 tenían menos de 30 años, lo que equivale a más del 25% del total de escritores entrevistados, y solamente uno de ellos superaba ligeramente los 40 años de edad.

La razón fundamental del carácter marcadamente joven de los equipos de guionistas en la fabricación de series de televisión es la juventud de la propia ficción televisiva en España. Como ya hemos apuntado con anterioridad, si bien el origen de la ficción televisiva se remonta en nuestro país a los años sesenta del pasado siglo, la implosión de las series de fabricación local no se produjo hasta la segunda mitad de los años noventa, consolidando su centralidad en la programación de las cadenas nacionales y autonómicas en los primeros años de la década de los 2000. Por ello, el notable aumento de la demanda de series de ficción por parte de las cadenas de televisión, hizo que las empresas productoras de ese tipo de contenidos se vieran en la obligación de contratar un gran contingente de nuevos guionistas, la mayoría de ellos muy jóvenes y con una escasa experiencia profesional. El relanzamiento de las cadenas de televisión digital terrestre (TDT), que multiplicó considerablemente la oferta televisiva y el número de canales a partir de 2005, no hizo más que confirmar e intensificar dicha tendencia.

Igualmente, conviene señalar que la edad se convierte entre los guionistas en un elemento sustancial a la hora de articular la división del trabajo, las jerarquías y las relaciones de poder dentro de los equipos. En este sentido, la edad funciona como un discriminador en la distribución de las atribuciones, las tareas y los puestos: los tramistas y documentalistas siempre son los más jóvenes, mientras que los coordinadores de guiones suelen ser los escritores de mayor edad, no solamente por ser portadores de recorridos profesionales que acumulan una mayor experiencia, sino porque el carácter directivo del puesto convierte la edad en un elemento clave para la consecución de respeto y autoridad dentro de los equipos de trabajo.⁷⁹

Dominique Pasquier (1995) ha señalado hasta qué punto la edad marca una división notable entre los profesionales de la escritura televisiva, apuntando para el caso francés una fractura entre viejos guionistas, pioneros crecidos y formados en el ecosistema del monopolio público del medio televisivo, y jóvenes guionistas incorporados a la fabricación de ficción televisiva a partir de la emergencia de una auténtica industria sostenida por la mercantilización del medio televisivo y la proliferación de cadenas privadas y empresas productoras de contenidos. Dicha estructura generacional del colectivo de guionistas resulta igualmente funcional para el caso español, si bien la supremacía de los nuevos escritores jóvenes es apabullante y, a diferencia de lo apuntado por Pasquier para el caso francés, no se observa un conflicto entre los dos sujetos de la estructura generacional. El caso español incluiría además un tercer grupo de carácter intermedio, compuesto por aquellos guionistas que impulsaron el desarrollo de la ficción televisiva en el nuevo contexto liberalizado de los primeros años noventa y que hoy ocupan puestos directivos en la industria o poseen sus propias empresas productoras de televisión. No obstante, y pese a que la conflictividad sea verdaderamente inapreciable entre los dos extremos de la estructura generacional, ambos colectivos expresan y son portadores de formas divergentes

⁷⁹Para una definición de las figuras laborales citadas se puede consultar las entradas del inventario: “Coordinador de guiones” y “Tramistas y documentalistas”.

de subjetivación sobre la profesión. Si el viejo guionista de televisión aparecía ligado a una dinámica artesanal, con una fuerte identidad profesional anclada en los imaginarios más clásicos sobre el autor y la obra, el nuevo trabajador del guión televisivo es sujeto y objeto de una dinámica de escritura sistematizada, serializada y heterodeterminada que dificulta enormemente su identificación con el objeto de su trabajo, ligándose tanto a una complejización de la vivencia de la autoría como a un nivel elevado de empleabilidad y de intermitencia en la prestación laboral, con entradas y salidas constantes del mercado de trabajo, que origina una complicada adscripción al oficio y una dificultosa constitución de la identidad profesional. Nos detendremos en profundidad en el análisis de estas cuestiones más adelante.

3.1.2. El dónde de las vidas y los trabajos

Según los datos que aporta el estudio de la Fundación Autor y ALMA, la actividad de los guionistas en España se concentra en muy pocos lugares: aquellos en los que existen los medios económicos, tecnológicos y organizativos que hacen posible tanto el desarrollo de proyectos, como la proyección profesional de los escritores audiovisuales. Así, el 57% de los guionistas entrevistados declaraba residir en Madrid, mientras que el 19,1% manifestaba vivir en Cataluña. Es decir, el 76,1% de los escritores audiovisuales residen en las dos principales comunidades autónomas del país, lo que supone más de las tres cuartas partes de los guionistas.⁸⁰

Hay, evidentemente, una relación directa entre la presencia mayoritaria en Madrid y Cataluña de trabajadores del guión y la localización geográfica de las productoras de cine, las cadenas de televisión y las empresas productoras de contenidos televisivos más importantes. De entre las cadenas de televisión de carácter generalista con un espectro estatal de emisión todas tienen su sede en la capital del país, mientras que la cadena autonómica de televisión catalana (TV3) cuenta con una larga tradición en la producción y emisión de ficción televisiva y de programas en general, lo que ha originado la proliferación de empresas de servicios audiovisuales en el territorio catalán, fundamentalmente en la provincia de Barcelona. Al mismo tiempo, el desarrollo de la televisión digital terrestre (TDT) ha pivotado sobre Madrid y Barcelona como territorios fundamentales de la ubicación de sus cadenas más importantes: todas las que tienen un ámbito estatal de emisión se localizan entre las dos ciudades.

Sin embargo, con ser la razón más importante, la ubicación de las principales cadenas y productoras de televisión no explica por sí sola la fuerte concentración geográfica de los guionistas en nuestro país. La ubicación de la mayoría de los

⁸⁰ De los guionistas que no viven en Madrid o Barcelona, el 5,9% reside en la Comunidad Valenciana, el 5,5% en Andalucía, el 4,8% en el País Vasco y el 2,1% en Galicia, lo que confirma la fuerte concentración de los escritores audiovisuales en muy pocos lugares del país.

escritores audiovisuales en Madrid y Cataluña no sólo tiene que ver con la localización de las empresas del sector, sino que se relaciona directamente con los espacios y los recorridos formativos de los trabajadores: la mayoría de los centros públicos y privados de estudio en los que se forman los guionistas, auténticos viveros de trabajo vivo para la industria televisiva, se encuentran en Madrid y Barcelona. Ambas ciudades operan como núcleos territoriales de la fabricación no sólo de la ficción televisiva de nuestro país, sino de sus propios fabricantes. Toda una galaxia de espacios formativos, públicos y privados, que componen el universo dislocado y complejo del aprendizaje audiovisual localizado en ambas metrópolis.

A tenor de los datos que aporta el estudio de la Fundación Autor y de ALMA, así como de nuestra propia labor investigadora, conviene que nos detengamos por un momento en torno a dos elementos importantes para el análisis sociológico de los procesos de producción de guiones televisivos: por un lado, la crítica de aquellos análisis que señalan la existencia de un elevado grado de autodeterminación en la elección del lugar de residencia por parte de los trabajadores de corte creativo, postulando incluso que ese ejercicio de elección precede y determina la ubicación de las empresas; por otro lado, la enorme relevancia que las grandes ciudades poseen en las actuales dinámicas y pautas productivas, así como su carácter central en el caso concreto de los procesos de producción audiovisual.

El primer elemento se liga directamente con el profesor de la Universidad de Toronto Richard Florida, epicentro de un análisis del fenómeno urbano ligado al desarrollo de la denominada “Clase creativa”, un supuesto agregado de personas que produce valor económico a través de su creatividad, incluyendo a trabajadores del conocimiento, analistas simbólicos y, literalmente, otros trabajadores técnicos y profesionales (Florida, 2002).⁸¹ Según Florida, las ciudades han encontrado en la creatividad de sus habitantes el principal vehículo

⁸¹ Para una definición y un análisis crítico del concepto de clase creativa se puede acudir al inventario.

para su desarrollo y su éxito económico, resaltando que los territorios urbanos que han atraído la inversión y el desarrollo en los últimos años han sido aquellos en los que residen segmentos importantes de la llamada “Clase creativa” (Florida, 2005 y 2008). Una de sus propuestas en este sentido es que en nuestros días las ciudades no prosperan por razones económicas tradicionales como el acceso a recursos naturales o a rutas de transporte, tampoco porque los gobiernos locales hayan atraído la inversión por una política de recortes fiscales y otros incentivos a las empresas, sino porque “la gente creativa haya querido vivir en ellas” (Florida, 2002). En base a este presupuesto, Florida afirma que son las empresas las que siguen a la gente, apuntando que la fuerza real de las aglomeraciones productivas y del fenómeno *cluster* son los trabajadores creativos, puesto que las empresas se aglomeran y concentran en base a la captura de la energía de la gente talentosa, portadora de una fuerte capacidad para la innovación y el crecimiento económico (Florida, 2002). Al mismo tiempo, Florida desvincula la decisión del trabajador creativo de fijar su residencia en una determinada ciudad de las realidades del empleo derivadas de la existencia de un tejido empresarial local que le ofrezca oportunidades profesionales, haciendo depender la decisión de la capacidad de la ciudad para proporcionar “un ecosistema integrado o un hábitat en el que todas las formas de creatividad, artística y cultural, tecnológica y económica, puedan echar raíces y florecer” (Florida, 2002), señalando que los profesionales creativos buscan ubicaciones “que ofrezcan comodidades, servicios y experiencias de gran calidad, una apertura a la diversidad de todo tipo y, por encima de todo, la posibilidad de validar sus identidades como gente creativa” (Florida, 2002).

En el cruce de las apreciaciones de Florida con la realidad de los guionistas televisivos de nuestro país se observa una inadecuación significativa de sus propuestas analíticas. En primer lugar, es evidente que los profesionales españoles de la escritura televisiva, que encajarían paradigmáticamente en su definición de “clase creativa”, ubican su residencia en los lugares en los que la industria audiovisual está implantada y en los que se encuentran las principales

empresas del sector, tanto las cadenas responsables de la emisión de contenidos, como las empresas productoras de los mismos.⁸² La implantación de la industria televisiva en Madrid y Barcelona es, evidentemente, no solamente una variable independiente de las inclinaciones, los gustos o las formas de vida de la fuerza de trabajo empleada en sus empresas, sino la causa y el motivo por el que los guionistas y la mayoría del conjunto de profesionales de los medios audiovisuales tiendan a fijar su residencia en esas ciudades. Las empresas no siguen a la gente, tal y como afirma Florida, sino que son los trabajadores los que siguen a las empresas. Hay una razón estructural que tiene que ver con la localización de los mercados de trabajo, con la ubicación de los clientes en el caso de los trabajadores autónomos y de los empleadores en el caso de los profesionales sujetos a una relación laboral formal, que determina y condiciona el lugar de residencia de los escritores audiovisuales. En el caso de la industria televisiva y de la producción de contenidos de ficción para televisión en nuestro país, la inoperancia de las propuestas analíticas de Florida es especialmente aguda, puesto que las empresas productoras de contenidos que surgieron y crecieron al calor del proceso de liberalización del sector audiovisual no sólo se ubicaron en los mismos entornos geográficos de las cadenas clientes, sino que además precedieron y fueron el motor de la constitución de un nuevo e inédito contingente de fuerza de trabajo joven que respondió a las necesidades tanto de las cadenas de televisión, como de las propias empresas productoras. La razón de la localización en Madrid y Barcelona de las principales empresas productoras de contenidos para televisión no es la preexistencia en esas ciudades de los trabajadores que emplean, sino la originaria ubicación de las principales cadenas de televisión en la capital del país, así como el desarrollo del canal autonómico catalán (TV3) con sede en la ciudad condal, la más importante de las cadenas de

⁸² El Anuario 2005 de GECA facilita la lista de 70 empresas productoras de contenidos para televisión ordenadas por el número de programas emitidos en la temporada 2003/04. De las 25 primeras, 12 tenían su sede en la Comunidad de Madrid, 4 en Barcelona, 5 en el País Vasco, 2 en Andalucía, 1 en la Comunidad Valenciana y 1 en Canarias. 17 de ellas, por lo tanto, se repartían entre Madrid y Barcelona, lo que suponía un 64% del total. De un total de 109 programas emitidos fabricados por esas 25 primeras productoras en la temporada de referencia, 77 fueron producidos por las productoras ubicadas en Madrid y Barcelona, lo que equivale a un 70,6% del total.

FORTA, sin mencionar que Madrid y Cataluña son los núcleos fundamentales de la producción cinematográfica en España, lo que condiciona enormemente la predilección de los profesionales del audiovisual por fijar su residencia en ambos lugares.⁸³

No obstante, en lo que sí coincidimos plenamente con Richard Florida es en la importancia que le concede a las ciudades en los actuales marcos económicos y productivos, aunque diferimos notablemente tanto de sus concepciones de la ciudad y su conexión con las actuales dinámicas productivas, como de las intervenciones políticas concretas sobre los territorios urbanos en que se están traduciendo sus postulados.⁸⁴ Lejos de las aporías sobre el fin de la centralidad de la geografía y de los territorios físicos que lanzaron en la última década del siglo pasado los ideólogos de la *New Economy* y algunos de los estudiosos de los procesos de digitalización de la sociedad y de la economía, los lugares físicos, especialmente las grandes ciudades, juegan un papel no sólo determinante, sino imprescindible en el funcionamiento de la economía y de la producción globalizada.⁸⁵ En este sentido, Guattari (1992) propuso la categoría de “ciudad-mundo” para nombrar la hegemonía de un “archipiélago de ciudades”, o más

⁸³ Más allá de la importancia y la preeminencia que TV3 tiene en el conjunto de cadenas autonómicas agrupadas en FORTA, cabe resaltar que tras la producción de contenidos para televisión que se realiza en Madrid, la realizada en Barcelona es la que presenta una mayor orientación hacia el ámbito estatal, trascendiendo un mero enfoque local a la hora de buscar clientes, desarrollar proyectos y establecer relaciones con cadenas de televisión. Por lo tanto, a diferencia de la mayoría de la producción que se realiza en el País Vasco, Galicia o Andalucía, por ejemplo, con un marcado enfoque local e incluso atravesada por la diferenciación lingüística en el caso vasco y gallego, la producción televisiva con sede en Barcelona tiene una mayor proyección estatal e internacional.

⁸⁴ Para una crítica del impacto de las propuestas de Florida en el diseño y desarrollo de las políticas urbanas se puede consultar Peck (2005), así como la entrada del inventario: “Clase creativa”.

⁸⁵ Buen ejemplo de los análisis que condenaron a la geografía a una muerte rápida con el desarrollo de la *New Economy* es O’Brien (1992), quien fuera Director Ejecutivo y Jefe Economista en el American Express Bank durante muchos años y director de la oficina en Londres de la consultora estadounidense Global Business Network (GBN). Para el caso de la disolución del peso de los territorios físicos y de la geografía fruto de la digitalización y el desarrollo de la sociedad de la información, se puede consultar Mitchell (1995) y Hauben (1996). Existe un texto muy interesante sobre las realidades de los entornos laborales virtuales que liga los espacios físicos y los espacios electrónicos, echando por tierra los análisis que niegan la importancia de la geografía y de los territorios materiales en los actuales escenarios productivos: Kimble, Li y Blanchflower (2001).

exactamente del subconjunto de grandes ciudades, conectadas por medios informáticos y telemáticos que constituyen un espacio desterritorializado de gobierno del Capitalismo Mundial Integrado (CMI) que opera como un rizoma multipolar urbano que encierra toda la superficie del planeta.⁸⁶ Tal y como apunta Guattari, desde la más lejana antigüedad las grandes ciudades han ejercido su poder sobre las tierras interiores, sobre las naciones bárbaras y las étnias nómadas. Sin embargo, lo que determina una mutación considerable del fenómeno urbano en nuestros días es la articulación de una uniformidad absoluta de las ciudades, que anula la divergencia entre diferentes modelos de ciudad y teje una red completamente estandarizada de equipamientos urbanos, materiales e inmateriales.

Saskia Sassen ha profundizado los análisis en esta línea en varios textos que se han convertido en materiales de referencia al respecto (Sassen, 1991 y 2006).⁸⁷ Según la socióloga holandesa, es evidente que el desarrollo de las tecnologías de la información y el aumento de la movilidad y la liquidez del capital han generado una dinámica económica transnacional conectada a espacios electrónicos que superan las jurisdicciones y las fronteras convencionales, lo que no significa que dicha dinámica no descansa sobre una geografía económica caracterizada por la exigencia de lugares estratégicos mucho menos móviles de lo que sugieren la mayor parte de los análisis sobre la economía mundializada de la información. En este sentido, tres son las hipótesis más significativas que guían las propuestas analíticas de Sassen: (1) la idea irrenunciable de que la economía mundializada se materializa en procesos concretos y geográficamente localizados; (2) la hipótesis de que la dispersión geográfica de la actividad económica que la telemática ha hecho posible contribuye al crecimiento de funciones centrales, en la medida en que la dispersión se acompaña de una concentración continua del control, de la propiedad y de la apropiación del

⁸⁶ Para una definición pormenorizada del concepto de “Capitalismo Mundial Integrado” se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

⁸⁷ Las contribuciones analíticas sobre la relación entre el fenómeno urbano, la globalización y el desarrollo tecnológico e informacional han proliferado desde los años noventa. Además de los trabajos de Sassen, otras contribuciones de referencia son las de Castells (1995) y Veltz (1996).

beneficio económico; y (3) la idea de que la conexión del análisis sobre la economía mundializada y la investigación sobre los servicios a las empresas resulta imprescindible para comprender cómo las categorías de ciudad y de proceso de producción se yuxtaponen en los escenarios económicos actuales, configurando una dinámica urbana ligada fundamentalmente al desarrollo de servicios financieros y servicios especializados (Sassen, 1998).

Madrid, la ciudad en la que hemos localizado el trabajo de campo de nuestra investigación, así como los procesos de fabricación de contenidos para televisión que se ubican en su territorio, son buenos ejemplos de una hibridación entre ciudad y producción marcada notablemente por las tendencias descritas por Sassen. Por una parte, la ciudad ha experimentado una paulatina especialización en los llamados “servicios a la producción” (Rodríguez López, 2007): entre 1990 y 2005 el sector multiplicó sus ingresos en más de cuatro veces, pasando de ocupar a poco más de 100.000 personas, a dar trabajo a más de 450.000, concentrando el 25% del empleo de todo el sector en España y cerca del 30% del conjunto de la facturación. Por otra parte, la relevancia de este dinamismo de los servicios a la producción reside en que, además de experimentar un enorme crecimiento, incrementaron los índices de especialización de Madrid en sectores globales estratégicos, como es el caso de las actividades de comunicación en general y de la producción audiovisual en particular.

No obstante, y tal y como señala el propio Rodríguez López, la denominación de servicios a la producción es ciertamente equívoca, ya que muchos de ellos constituyen verdaderas industrias (como las llamadas actividades informáticas) o son parte ineludible de la propia producción (como pueden ser la publicidad, los servicios de marketing o los servicios de mantenimiento y gestión de contenidos). Desde este punto de vista, denominar a las empresas productoras de contenidos para televisión como empresas de servicios a la producción puede resultar inadecuado, puesto que son protagonistas directas de la organización y gestión de auténticos y complejos procesos de producción. En este sentido, los

procesos productivos que se realizan en el seno de esas empresas constituyen básicamente segmentos de la producción que han sido externalizados por parte de las cadenas de televisión, lo que hace peliagudo el calificar a dichas organizaciones como empresas de servicios a la producción, puesto que, en el caso de la fabricación de contenidos de ficción televisiva, su actividad constituye el proceso de producción mismo. Por otro lado, no conviene olvidar que la conversión de Madrid en una ciudad de servicios, en la que destacan aquellos realizados por empresas especializadas para otras empresas, ha descansado fundamentalmente en la externalización de actividades industriales, generalmente de escaso valor añadido, tal y como apunta López Calle (2007): “La fragmentación de los procesos productivos, ahora entre distintos centros, ha permitido sacar las tareas de menor valor añadido de las grandes fábricas adscritas al sector industrial (localizadas en regiones de mayor nivel de desarrollo, donde rigen convenios con altos salarios y buenas condiciones de trabajo). Y ha dado lugar a la aparición de grandes, medianas y, fundamentalmente, pequeñas empresas subcontratistas, adscritas a otros sectores (servicios, telecomunicaciones, mantenimiento, etc.), que realizan esas actividades para varias empresas, especializándose en la contratación de trabajadores jóvenes, con bajos salarios y con altas tasas de rotación”.⁸⁸

En cualquier caso, en las dos últimas décadas la fuerte concentración de grupos, empresas y medios de comunicación ha consolidado la posición hegemónica de Madrid como vector de creación de opinión y de producción de subjetividad en nuestro país: tres de los cuatro principales grupos de prensa tienen su sede social en la capital, todas las televisiones nacionales ubican sus centros de decisión y sus principales estudios de grabación en Madrid, así como la práctica totalidad de los diarios de distribución estatal están también en esta ciudad (Rodríguez López, 2007).⁸⁹ Las productoras de contenidos para televisión, tal y como ya hemos

⁸⁸ Un buen seguimiento de esta cuestión a través de estudios concretos de caso en sectores significativos de nuestro país puede consultarse en Castillo (2005).

⁸⁹ “Una poderosa industria de la comunicación puede hacer de una ciudad un centro principal de producción de información y sentido en un entorno global en el que la competencia pasa también

apuntado con anterioridad, siguen esta misma tendencia: las principales compañías por nivel de negocio se encuentran en Madrid y doce de las veinticinco productoras más importantes por número de programas emitidos en la temporada 2003/04 se encuentran en la capital (GECA, 2005). Igualmente significativo al respecto resulta el hecho de que la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (FAPAE), la patronal del sector audiovisual de nuestro país, tenga igualmente su sede en la capital.

Sin embargo, lo que resulta todavía más importante desde el punto de vista de nuestra investigación es el aterrizaje del análisis de la centralidad productiva de la ciudad en la realidad específica de la actividad laboral concreta de los guionistas de ficción televisiva, fijando la mirada en dos elementos fundamentales:

- a) La dimensión espacio-temporal de los procesos concretos de trabajo de los escritores de televisión.
- b) La cualidad de sus estrategias de supervivencia y desarrollo profesional.

El primero de los elementos analíticos resulta iluminado por un interesante dato que aporta el estudio de la Fundación Autor y ALMA: solamente un 21,4% de los guionistas consultados para la configuración de dicho estudio declaró realizar su tarea laboral en un centro de trabajo formal, es decir, en el espacio físico de

por la capacidad de comunicar, o más bien de ser ‘visibles e interesantes’ a nivel planetario” (Rodríguez López, 2007). Algunas de las principales metrópolis del planeta se han lanzado a la colaboración productiva con la industria audiovisual, contribuyendo con recursos y notables partidas de dinero público a generar contenidos de ficción que ayuden a construir una solvente y atractiva imagen de marca de la ciudad. Un buen ejemplo de ello es la película “Vicky, Cristina, Barcelona” (2008), dirigida por Woody Allen con un presupuesto de filmación de 15 millones de euros, de los cuales un millón fue donado por el ayuntamiento de la ciudad condal, mientras que la Generalitat de Cataluña aportó el 10% del presupuesto total (BBC News, 2007). Allen también ha estrenado “Midnight in Paris” (2011) y “To Rome with Love” (2012), con una mecánica y un sentido bastante similar al de su trabajo en Cataluña. Películas corales como “Paris je t’aime” (2006), “New York, I Love You” (2008), “Tokyo!” (2008), “Rio, eu te amo” (2013), “Shanghai, I Love You” (2013) y “Jerusalem, I Love You” (2013) participan de una lógica idéntica. La fuerte competencia entre las grandes urbes en el entorno globalizado se ha traducido en la conversión de las ciudades en marcas (Florian, 2002), haciendo del marketing de la ciudad (Smith, 1994) un elemento central de las políticas de los gobiernos locales en las grandes metrópolis del planeta.

una empresa o de la productora cliente para la que trabajaban. Tal y como han puesto igualmente de manifiesto las entrevistas que hemos realizado en el desarrollo de nuestro trabajo de campo, muchos de los guionistas encuestados en el estudio citado declaraban trabajar en cafeterías, bibliotecas, parques, el autobús, el metro y otro tipo de enclaves y espacio urbanos. Es interesante resaltar en este sentido que la mayoría de los escritores audiovisuales consultados declaraban escribir sus guiones en su casa: un 89,3%. Sin embargo, la escritura del guión propiamente dicha no es más que una fase de la cadena de tareas y trabajos que ocupan al guionista, tal y como veremos detalladamente más adelante. Crear personajes, pensar tramas e historias, sacar ideas para diálogos entre personajes, situaciones, hilos argumentales, etc., son tareas vitales que ocupan gran parte de la actividad laboral del trabajador, una actividad que por su naturaleza cerebral, creativa e inventiva, resulta imposible de circunscribir tanto a tiempos reglados y fijos, como a espacios físicos acotados. De esta manera, la ciudad deviene una condición esencial de la producción porque se convierte en el lugar de trabajo por excelencia, un espacio que condensa no solamente todas las contradicciones que la producción de capital determina, sino el territorio por el que fluyen todas las informaciones, actividades, procesos cognitivos y lenguajes que conforman la materia prima y la savia de la actividad laboral de los escritores de ficción televisiva. Desde la óptica de los trabajadores del guión la ciudad aparece como una auténtica fábrica: las relaciones de producción y el desarrollo concreto de las *performances* de trabajo se extienden a los territorios del conjunto de la actividad social. El escritor de ficción televisiva nutre en gran medida su imaginación con la experiencia de la cotidianidad de su vida urbana, en forma de materiales como lenguajes, situaciones, diálogos, estéticas, conflictos, problemáticas, perfiles personales que luego transforma en personajes, tramas, etc. Desde este punto de vista, la ciudad se torna centro de trabajo permanente para el guionista.

Antonio Negri avanzó ya esta temática a finales de los años setenta del pasado siglo, proponiendo la hipótesis de una transición de paradigma que expresó como

“el paso de la sociedad fábrica a la fábrica social” (Negri, 1981). Con ello designaba precisamente un proceso de socialización de la producción y de desterritorialización del trabajo que convertía a la sociedad en su conjunto, particularmente la vida social que transcurre en los espacios metropolitanos, en el auténtico territorio de la producción de valor y, por ende, de la explotación contemporánea. A lo largo de las tres últimas décadas, tanto Negri como la corriente política e investigadora derivada del llamado “Operaismo Italiano” han ido profundizando, actualizando y complejizando esta idea. Dentro de sus análisis de los escenarios productivos asociados al desarrollo del trabajo de corte inmaterial, la ciudad ha jugado un papel determinante, recorriendo como un hilo analítico imprescindible el conjunto de su análisis sobre el trabajo y el capitalismo contemporáneo:

“Las formas de vida se despliegan por la ciudad. Igual ocurre con las formas de trabajo inmaterial. A través de las formas de vida el trabajo inmaterial se espacializa en la ciudad, se territorializa, adquiere esta dimensión espacial sin la cual no existiría nunca en tanto que cooperación. La ciudad es la máquina en la que el trabajo inmaterial se despliega de manera operativa. Sin la ciudad el trabajo inmaterial no existiría” (Corsi, Lazzarato y Negri, 1996).

“En efecto, es la metrópoli el lugar en el que se ha realizado la gran mutación de la fuerza de trabajo y, consecuentemente, donde se alimentan los hilos del desarrollo y de la resistencia. El trabajo se ha convertido en una red de actividad, la valorización un proceso cognitivo, la riqueza una circulación de informaciones: la metrópoli es, por lo tanto, una condición esencial de la producción. (...) Hoy sabemos que el sistema de fábricas se debilita cuando la producción deviene social, cognitiva y en red; cuando la vida misma forma parte de la producción, el espacio metropolitano es atravesado por todas las contradicciones que la producción de capital determina, impulsa y mistifica. Antes era en la fábrica, hoy es en la metrópoli.

La metrópoli se ha convertido en una enorme cuenca de actividad y de explotación” (Negri, 2006a). La metrópoli es también para Negri el campo central de posibilidades para las resistencias y la emancipación del trabajo: “la metrópoli es capital constante en acción y, por lo tanto, expropiación desquiciada de la fuerza de trabajo. Pero, al mismo tiempo, la metrópoli es el lugar en el que el capital intelectual y el común producidos por el trabajo son reapropiados por la multitud. De esta manera, la metrópoli es lugar de explotación, pero también terreno de éxodo” (Negri, 2008).

Volveremos a estas ideas más adelante, así que centrémonos ahora en el segundo de los elementos analíticos que nos interesa en relación a la ciudad : la naturaleza de las estrategias de supervivencia y de desarrollo profesional que ponen en juego los guionistas de televisión.

Como veremos en profundidad más adelante, los escritores de televisión habitan un ecosistema laboral marcado por relaciones de empleo constituidas por duraciones generalmente breves y condiciones altamente variables, así como por una intermitencia constante en la prestación laboral. La inestabilidad de las relaciones por las que transitan los guionistas y las empresas determina un mercado de empleo y de demanda de servicios que se alimenta de un flujo considerable de informaciones sobre proyectos, currículos, oportunidades, puestos y ofertas de contratación. En un entorno de este tipo, el *biotopo* del guionista, es decir, su medioambiente social y cultural inmediato, tiene mayor importancia cuanto más inestable sea su relación con la empresa y con el proceso productivo concreto en el que participa.⁹⁰ Al mismo tiempo, la intermitencia en

⁹⁰ La palabra “biotopo” proviene del griego: “bios”, vida u organismo, y “topos”, lugar. Normalmente se utiliza para designar un área de condiciones ambientales más o menos uniformes que provee espacio vital a un conjunto de flora y fauna. El biotopo es prácticamente un sinónimo del término “hábitat”, con la diferencia de que éste hace referencia a las especies o poblaciones mientras que biotopo se refiere a las comunidades biológicas (<http://alturl.com/fg9uy>). Nuestro uso del término “biotopo” remite precisamente a la intención de subrayar la centralidad de los elementos vitales en el desempeño de la actividad laboral de los guionistas de ficción televisiva, en una realidad productiva en la que, como veremos en profundidad más adelante, vida y trabajo

la prestación laboral del trabajador determina una vida productiva que recrea sistemáticamente una realidad constituida por una red que va encadenando proyectos.⁹¹ De esta manera, para el guionista de ficción televisiva la ciudad es el espacio en el que se despliegan los nodos de la red de mecanismos de inserción profesional, proyectos, saberes prácticos, ayudas y relaciones interindividuales que constituyen el ecosistema profesional en el que vive y en el que se apoya en su desarrollo profesional y su búsqueda de empleo. Por otro lado, desde el punto de vista de las empresas, la organización por proyectos conduce además a un movimiento permanente de constitución y disolución de los equipos reunidos para la fabricación puntual de una serie concreta de televisión, fenómeno que provoca que la ciudad opere como auténtica “red de redes”, aportando elementos de estabilidad que resultan la necesaria contraparte de la búsqueda permanente de flexibilidad productiva para la empresa: facilita la contratación y la identificación de competencias sobre la base de reputaciones individuales, ya que el sistema de empleo, fundado esencialmente en contratos de corta duración, no se puede permitir el recurso a procedimientos lentos y costosos de prospección, selección y contratación:

“(…) Pues se tira de los equipos que has tenido antes o de las redes de gente que ya manejas. No sé, si un equipo necesita incorporar un nuevo guionista, el coordinador seguramente pregunta por ahí y enseguida echa mano de alguien de confianza o que le hayan recomendado. Cuando pasa eso normalmente corre mucha prisa el tema y no puede estar mil años decidiendo a quién vas a contratar”.
[Entrevista 1]

“Siempre estás al loro, dándole el currículo a algún colega que trabaja en no sé qué serie o atenta a si te enteras de alguna cosa

se confunden hasta hibridar y convertirse en experiencias sinónimas. Igualmente, el uso de categorías como “biotopo”, “medioambiente” o “ecosistema” persigue el ligar una perspectiva ecológica con el estudio de los actuales escenarios laborales y productivos, desde una concepción de la ecología que, lejos de remitir a una totalidad naturalística, no solamente incluye el análisis y la definición de los sujetos sociales productivos, sino que se constituye en totalidad ética, política y productiva.

⁹¹ “El proyecto se ajusta a un mundo en red, precisamente, porque es una forma transitoria: la sucesión de proyectos, al multiplicar las conexiones y provocar su proliferación, tiene como efecto la extensión de las redes” (Boltanski y Chiapello, 2002).

nueva que vaya a salir y que necesiten gente. En este mundo o estás conectada o no tienes nada que hacer”. [Entrevista 14]

La ciudad constituye la cuenca productiva de la fabricación de contenidos de ficción televisiva y el ecosistema de sus guionistas: su territorio conecta e hibrida los tiempos y los espacios de los trabajos y los trabajadores. Superar toda definición del medio urbano únicamente en términos de espacialidad, atendiendo a los flujos informacionales, las formas de vida y las relaciones sociales que lo atraviesan y constituyen, es la condición fundamental que todo análisis debe observar para dar cuenta de la complejidad del fenómeno.

3.1.3. Los aprendizajes y las formaciones I: entre autoformación permanente, disfuncionalidad formal de las cualificaciones e individualización de los recorridos formativos

A la hora de abordar la preparación profesional de los guionistas de nuestro país, el estudio de la Fundación Autor y ALMA parte de un desdoblamiento de la mirada: por un lado, coloca su foco de atención en el nivel educativo alcanzado por los escritores audiovisuales y, por otro, en la formación específica que han cursado para el desarrollo de su actividad laboral concreta. Pese a que el estudio no desarrolla las implicaciones que posee esta diferenciación metodológica de partida, para nosotros resulta interesante, puesto que anticipa dos elementos sustanciales en torno a las características de la formación en los actuales escenarios laborales. El primero de esos elementos es la discordancia formal entre la titulación universitaria que posee el trabajador y el campo profesional en el que desempeña su actividad laboral. El segundo elemento es el carácter insuficiente del ciclo formativo reglado que el trabajador cursa antes de incorporarse al mercado de trabajo y el desarrollo de una dinámica de formación permanente que se estira hasta recubrir el conjunto de su vida laboral.

Los datos más significativos sobre la formación de los escritores audiovisuales españoles que aporta el estudio de referencia indican que un 61% de ellos ha desarrollado estudios universitarios superiores y que el 40,5% se declara autodidacta. Entre los profesionales de la escritura audiovisual con estudios superiores, los titulados en especialidades relacionadas con el mundo audiovisual solamente suponen el 29,9%: el 13,4% ha cursado Ciencias de la Información, el 9,6% Periodismo y el 6,9% Imagen y Sonido. La formación universitaria vinculada a la escritura audiovisual es más elevada entre las mujeres que entre los hombres, 52,5% y 36,8% respectivamente, lo que significa que los hombres encuentran mayores oportunidades de incorporación a la actividad de guionista desde campos formativos alejados de ella, mientras que el acceso a la profesión por parte de las mujeres se produce desde ámbitos de aprendizaje más próximos a la actividad. Es igualmente interesante observar cómo el estudio desvela un

desequilibrio formativo según la edad de los guionistas: las generaciones más jóvenes son las que poseen un mayor nivel de formación reglada universitaria, mientras que la mayoría de los profesionales del guión mayores de treinta y seis años se declara autodidacta, lo que evidentemente refleja las carencias del sistema educativo vigente a lo largo de su juventud.

De entre los datos que acabamos de apuntar destaca el hecho de que únicamente un 29,9% de los guionistas ha cursado carreras universitarias relacionadas con el medio audiovisual, lo que pone de manifiesto un desajuste formal entre la titulación del trabajador y el puesto de trabajo que ocupa. Pese a que todas las industrias observan esta aparente incoherencia entre las titulaciones y las ocupaciones de numerosos operarios, lo que llama la atención en el caso de los guionistas es que ni siquiera un tercio de ellos haya orientado sus estudios superiores hacia especialidades no ya relacionadas directamente con la escritura audiovisual, sino simplemente vinculadas con el campo en el que trabajan.⁹² Este importante dato orienta nuestro análisis hacia dos fenómenos que no solamente resultan vitales a la hora de abordar las temáticas de la formación y de la cualificación en el caso concreto de los guionistas de ficción televisiva, sino que funcionan como vectores explicativos aplicables al conjunto de los sectores productivos y de los mercados de trabajo en nuestros días.

El primero de ellos es la actualidad del carácter ontológico de la desconexión entre la formación reglada y el empleo, intrínseco a las relaciones salariales en general (Stroobants, 1993) e igualmente protagonista de los escenarios laborales

⁹² El Observatorio de Empleo de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) realizó una encuesta entre sus alumnos egresados en el curso 2004/2005 que resulta interesante al respecto de la incoherencia formal entre titulaciones y ocupaciones. Cuando a los titulados se les preguntó por el número de empleos desempeñados, sus contestaciones indicaron una gran variedad de puestos de trabajo, de hecho el 61,8% había ocupado más de dos empleos. Sin embargo, no todos esos empleos estaban relacionados con los estudios universitarios cursados. Así, el 23,3% no había aplicado los conocimientos adquiridos en la universidad al no encontrar ningún empleo relacionado. Únicamente el 25,9% declaró haber estado empleado en más de tres ocupaciones relacionadas con sus estudios. En una escala 1-5 (1 mínimo, 5 máximo), los encuestados situaban el primer empleo en un 2,5 de media al relacionarlo con los estudios cursados, con similares valores para hombres y mujeres y en línea con lo expresado en años anteriores (Observatorio de Empleo de la Universidad Autónoma de Madrid, 2007).

de los guionistas. Los escritores audiovisuales subrayan hasta qué punto los tiempos formales y reglados de la formación y los tiempos de la acción productiva concreta y situada no solamente poseen un carácter independiente, sino que su relación se muestra como la correspondencia entre dos órdenes diversos (Naville, 1956), lo que implica necesariamente que la relación entre la clasificación profesional y el título escolar no es inmediata, así como que la cualificación no viene determinada por la cualidad de la tarea concreta que el trabajador desempeña, sino que es definida por las modalidades según las cuales los saberes institucionalizados y socializados son sancionados por las empresas y aplicados a la producción (Alaluf, 1986). La ambigüedad del peso real del nivel de formación académica reglada como criterio básico y unívoco del reparto de los trabajadores por el circuito de los trabajos y la distancia entre las clasificaciones escolares y las profesionales que pone de manifiesto el caso de los escritores audiovisuales de nuestro país, señala abiertamente la complejidad de la noción de cualificación y la exterioridad que ostenta en relación al mero proceso de trabajo.

El segundo fenómeno relevante que apunta el caso de los escritores de ficción televisiva es el necesario cuestionamiento de las concepciones sobre la formación y el empleo que apuntan el carácter incoherente del desajuste entre las dinámicas formativas y las experiencias concretas de trabajo, subrayando una supuesta naturaleza disfuncional del fenómeno para las empresas, los trabajadores y los sistemas productivos. Es interesante señalar que esta concepción ha jugado un papel determinante en el diseño de las políticas sobre formación en nuestro país, así como en el conjunto de la Unión Europea, a partir de los años noventa del pasado siglo. El giro fundamental se ha articulado en el viaje desde la concepción de la formación como instrumento de inserción de las fuerzas de trabajo juveniles desempleadas durante la década de los años ochenta, a la formación como aprendizaje a lo largo de toda la vida o formación permanente (García López, 2003). De esta manera, de la problemática de la inserción de colectivos específicos en los mercados laborales, se ha pasado a la problemática del

supuesto desajuste genérico entre los conocimientos de las personas y las operaciones de los procesos de trabajo.⁹³

Visto desde el primer plano de los guionistas y del medio televisivo, resulta difícil imaginar que la televisión, el sector de producción audiovisual más dinámico y pujante en nuestro país, coloque procedimientos disfuncionales en el centro de las políticas de contratación de mano de obra por parte de sus empresas, así como que las fórmulas de adscripción de los trabajadores a los puestos de trabajo en base a la titulación académica que éstos ostentan se constituyan a través del ejercicio de una anomalía consciente y de una falla permanente que mina la productividad de las empresas. En realidad, el supuesto desajuste entre la formación de los trabajadores y las características de los puestos, entre los conocimientos formalizados y las actividades, no sólo es un falso problema, sino que funciona como un elemento de alto valor estratégico para las empresas y sus gerencias en los actuales escenarios productivos. Tal y como apunta Stroobants (1993), ese desajuste ha sido continuo y funcional a lo largo del desarrollo de las relaciones salariales, operando, precisamente, como la piedra de toque de los procesos sociales de cualificación y descualificación de los trabajadores. Según su punto de vista, la diferencia entre las cualificaciones formalizadas, sujetas al estatuto que concede la titulación académica, y las cualificaciones tácitas o reales no encarna antagonismo alguno: la reducción formal de los atributos del trabajador, a través de procesos de valorización, a tiempos de formación generados y certificados socialmente, produce necesariamente una ruptura y una distancia entre las habilidades movilizadas en el proceso de trabajo retribuidas por el empresario y las habilidades puestas en juego que no son retribuidas.

Marco Basceta (2001) ha abordado de manera igualmente interesante este asunto, apuntando que la cualidad estratégica y funcional del desfase entre cualificación

⁹³ Los sindicatos constituyen un agente fundamental para el desarrollo de estas lógicas formativas. Sobre este asunto se puede ver la entrada “Fundación Tripartita” en el inventario.

certificada del trabajador y proceso real de trabajo se ha intensificado con la irrupción de un nuevo paradigma productivo que ha modificado sustancialmente el sentido de la formación universitaria. Desde su punto de vista, el modelo de instrucción superior ligado al desarrollo del llamado Estado de Bienestar durante la expansión económica de la postguerra europea⁹⁴, se correspondía con una identidad fuerte e inconfundible del trabajo como proceso netamente delimitado en sus tiempos y en las formas de sus procedimientos, así como con una identidad igualmente fuerte de las profesiones en cuanto al contenido de los saberes, el estatuto social y la autorrepresentación ideológica. Según Basceta, en el fin de esta dinámica se encuentra, precisamente, el origen de la modificación radical del sentido de la formación y de las instituciones superiores, erosionando por completo su aspiración totalizante.⁹⁵ Hasta entonces, los sistemas de enseñanza superior se habían fundado en la transmisión de funciones específicas y roles conectados con los procesos productivos y reproductivos, en cantidades calculables y programables en el tiempo gracias a una relativa estabilidad tanto de las formas de la división del trabajo, como de la proporción directa entre crecimiento económico y creación de empleo. Sin embargo, en nuestros días esta estabilidad no es más que un recuerdo del pasado y la proporción entre ocupación y crecimiento no sólo se ha reducido significativamente, sino que ha llegado incluso a invertirse.⁹⁶ Basceta señala, tal y como nosotros pondremos de

⁹⁴ “Una instrucción superior selectiva, laica, técnica, programable, weberianamente ‘ascética’ en su servidumbre a las exigencias de la industria y de la burocracia estatal” (Basceta, 2001).

⁹⁵ Basceta apunta que la mutación experimentada en la formación se inserta en un cambio societal más amplio “en el que ya no se trata de dar a las personas una forma disciplinada y productiva a través de la familia, la iglesia y la escuela, sino de hacer inmediatamente traducibles en actividades productivas las formas de vida, los lenguajes y los sistemas relacionales que se generan en el variado conjunto de interacciones que caracterizan a las sociedades complejas, con el fin de reconducirlos a las reglas del mercado. En suma, dar un ‘crédito’, un valor económico cuantificable a una multiplicidad de experiencias” (Basceta, 2001).

⁹⁶ Juan Somavia, Director General de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), alertaba en 2006 de que para ese año “el PIB podría aumentar en más del 4% por cuarto año consecutivo. Las tasas de interés aún son relativamente bajas, las empresas registran ganancias sin precedentes. Y se ha pronosticado que el comercio mundial continuaría creciendo cerca de 7 por ciento. Pero si bien la tasa de crecimiento es más que aceptable, no sucede lo mismo con la cantidad y calidad del trabajo que se ha generado. Casi en todas partes del mundo, el acceso al trabajo decente y productivo no refleja la mejoría de las estadísticas macroeconómicas. En los últimos diez años, las cifras del desempleo oficial aumentaron en más de 20 por ciento” (<http://alturl.com/9ak9z>).

manifiesto más adelante al analizar en profundidad la naturaleza y las características de la actividad laboral de los escritores de ficción televisiva, que al mismo tiempo que disminuye la cantidad de trabajo asalariado estandarizado y a tiempo completo, así como un saber técnico parcializado y formalizado en correspondencia con el empleo desempeñado, crecen de manera desmedida las formas de cooperación social y las actividades vitales que, aún desbordando el estrecho marco del espacio-tiempo formal de trabajo, entran directamente a formar parte del proceso productivo y del desempeño de la actividad laboral. De esta manera, los saberes necesarios para el desarrollo de las fuerzas productivas son cada vez menos traducibles en tareas estables y definidas, determinadas por el contenido específico de un conocimiento compartimentado, en una pauta productiva de empleo directo de facultades intelectuales y sociales generales que desplazan a las viejas especializaciones sectoriales. Según Basceta, el primer efecto de esta dinámica es una divergencia entre el sistema educativo en su conjunto y el mercado de trabajo. Dicha divergencia se manifiesta, tal y como ya hemos apuntado, en una escisión creciente entre cualificación del trabajador y actividad efectiva. No obstante, esta divergencia no implica la existencia de una anomalía ni constituye un signo de disfuncionalidad alguna. Se trata, por el contrario, de un desajuste perfectamente racional y coherente con la naturaleza dominante de un sistema productivo que prevé la puesta a trabajar de una amplia cuenca de actividades y conocimientos no retribuidos, invisibles, sumergidos y formalmente extralaborales que, sin embargo, están en la base del desarrollo de las fuerzas productivas en nuestros días.

El impacto sobre las políticas y las trayectorias formativas de una racionalidad productiva como la descrita resulta ciertamente reseñable. En primer lugar, tanto las reformas educativas como los recientes cambios en la gestión empresarial de la fuerza de trabajo han confluído en la necesidad de una formalización de procedimientos y esquemas cognitivos universalizables, transferibles y polivalentes de interpretación, gestión y resolución de problemas: saber comunicar, saber aprender, saber buscar un empleo, etc., se han convertido en los

nuevos núcleos de una formalización pedagógica que debe dar cuenta de las nuevas necesidades cognitivas y procedimentales (García López, 2003). En segundo lugar, los contenidos educativos se han orientado cada vez más hacia una notable interdisciplinariedad en oposición a la insularidad de los saberes organizados en disciplinas (Tanguy, 1994). La naturaleza difusa y mutable de las capacidades sociales e intelectuales puestas a trabajar en los actuales escenarios productivos, así como los requisitos de adaptabilidad y de predisposición al cambio que exigen, no sólo desquician notablemente calendarios y compartimentaciones disciplinarias, sino que rompen con la dinámica tradicional de construcción social de las fases de la vida del trabajador, fracturando definitivamente la escisión entre etapa de estudios y etapa de trabajo (Kovács, 1998).⁹⁷ El propio estudio de la Fundación Autor y ALMA aporta un dato significativo al respecto: un 53,3% de los guionistas de nuestro país declara haber realizado cursos y talleres especializados sobre los contenidos de su actividad profesional. En este sentido, es común que los escritores de ficción televisiva participen de procesos formativos de carácter continuo y permanente, como seminarios, talleres y cursos de escritura audiovisual:

“Sí, trato de ir a todo lo que puedo... Yo qué sé, para estar al día y eso. También porque en esos cursos conoces gente y nunca se sabe, ¿no?... Hoy estás aquí y mañana quién sabe, cuanta más gente conozcas, mejor”
[ENTREVISTA 10]

“Yo acabo de hacer un curso de la SGAE, nada, han sido cinco días. Muchas cosas ya las sabes, casi todo

⁹⁷ Este fenómeno de fractura de la escisión entre tiempo de formación y tiempo de trabajo pone de manifiesto que, pese al interés y la incuestionable utilidad que poseen los datos que aporta el estudio de la Fundación Autor y ALMA, su carácter eminentemente estadístico, combinado con un inexistente análisis cualitativo, limitan enormemente su capacidad explicativa de la complejidad de la realidad social que constituye su objeto de estudio. En el caso de la aproximación a la temática de la formación de los guionistas el límite explicativo resulta especialmente evidente, fundamentalmente porque su punto de partida es una concepción errónea del fenómeno formativo en nuestros días: hacer pivotar el análisis sobre los estudios realizados por el trabajador antes de su incorporación al desempeño de su actividad laboral supone pasar por alto la naturaleza de los ciclos formativos actuales, concibiendo la formación como un instrumento de inserción de la fuerza de trabajo en el mercado laboral y no como lo que realmente es: un aprendizaje continuo a lo largo de toda la vida laboral del trabajador.

(risas)... Pero he sacado otras que me sirven, que es lo importante. (...) Si que sirven, a mí por lo menos me sirven, siempre aprendes algo. El mes que viene voy a hacer otro, bueno, lo vamos a hacer varios guionistas”
[ENTREVISTA 14]

“Yo es que soy un freak de esto (risas)... No, que va, muchos lo hacemos. En cuanto que te enteras de que viene no sé qué guionista americano a dar un curso o que hay un seminario interesante te apuntas. El problema son las pelas, pero bueno, te vas apañando. (...) La verdad es que esto te lo tendrían que pagar, porque al fin y al cabo, te estás formando para ser mejor en tu trabajo, pero qué va”
[ENTREVISTA 13]

La experiencia de la formación continua supone una diversificación y una individualización de los itinerarios formativos que se despliega sobre una extensa madeja de espacios educativos, reglados y no reglados, que dan lugar a una creciente heterogeneidad de los diferentes indicadores ligados a las formaciones, entre diplomas, certificados o titulaciones de nuevo tipo (Cachón, 1999). La base del modelo es la transferencia de la responsabilidad del aprendizaje al individuo: el ensamblaje de saberes, conocimientos y habilidades ligadas a cada sector productivo específico se confía a las capacidades de autoprogramación de una fuerza de trabajo llamada a personalizar eficientemente los recorridos entre la oferta diversificada de cursos que ofrecen instituciones formativas de todo tipo.⁹⁸ El caso de la industria audiovisual en general, y de los escritores de ficción televisiva en particular, resulta paradigmático al respecto. En la Comunidad de Madrid existe una significativa oferta de academias, universidades, escuelas, programas, cursos y seminarios que desarrollan contenidos educativos relacionados con la escritura audiovisual.⁹⁹ La mayor parte de la oferta formativa

⁹⁸ Ya en 1995 la Unión Europea no dejaba dudas al respecto. En su *Libro Verde sobre Innovación* de ese año manifestaba: “*La mundialización de los intercambios, la globalización de la tecnología y, en particular, el surgimiento de la sociedad de la información aumentan las posibilidades de acceso de los individuos a la información y al saber (...) actualmente, está claro que las nuevas potencialidades ofrecidas a las personas exigen de todos un esfuerzo de adaptación, en particular para construir por sí mismos su propia cualificación*” (Kóvacs, 1998). (El subrayado es nuestro).

⁹⁹ Sobre los Centros y ciclos de estudio de la escritura audiovisual en España y en la Comunidad

posee un carácter no reglado y es impartida en centros privados surgidos al calor de la liberalización del sector audiovisual en nuestro país, que multiplicó notablemente la demanda de mano de obra, fundamentalmente en la industria televisiva, disparándose las necesidades en materia de formación y dando lugar a la expansión de un florecido mercado de paquetes formativos privados que ofrece a los individuos la posibilidad de capitalizar saberes y actividades, instituyendo un significativo sector de producción de mercancías culturales y formativas de largo consumo. Dicha capitalización desborda el marco de la enseñanza privada para atravesar también los ámbitos de la educación pública. El desarrollo de los ciclos formativos en la educación superior, por ejemplo, se vertebra a través de la consecución de créditos por parte de los estudiantes, créditos que estructuran los planes de estudio, que son administrados como un auténtico capital por el estudiante y cuya adquisición en cantidad suficiente es la base de la obtención de la titulación y de una mínima garantía de competitividad en el mercado de trabajo. Sin embargo, la capitalización de los ámbitos educativos encuentra su piedra de toque fundamental en la entrada de la empresa privada en la financiación y planificación de los centros públicos de enseñanza. La Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la Comunidad de Madrid (ECAM), por ejemplo, fue creada bajo iniciativa, entre otras, de la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA), la patronal del sector.

A partir de estas consideraciones, la transferencia de la responsabilidad del aprendizaje a la fuerza de trabajo, así como el carácter privado de la mayoría de los centros y cursos formativos, convierten a la formación en una auténtica inversión para el escritor audiovisual que, lejos de circunscribirse a los años de la educación escolar y reglada, se extiende por el conjunto de su vida activa, acumulando una especie de “capital fijo humano” constituido de conocimientos, capacidades y competencias que las empresas rentabilizan sin inversión ni gasto

Autónoma de Madrid se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

alguno (Marazzi, 2007).¹⁰⁰ La consecuencia de este tipo de lógicas formativas no es solamente que la “producción de sí” por parte de los trabajadores es directamente explotada por las empresas, sino que el trabajador se transforma en una suerte de empresa en sí mismo: debe convertirse en un capital fijo que necesita ser continuamente reproducido, ampliado, actualizado y valorizado, invirtiendo a lo largo de toda la vida en cursos y *stages* de formación (Gorz, 2003).¹⁰¹ De esta manera, la individualización de los itinerarios formativos y el carácter privado de la mayoría de los centros de formación, contribuyen a hacer del trabajador del guión televisivo el objeto de un auténtico proceso de capitalización en el que éste debe asumir por sí mismo la formación, el crecimiento, la acumulación, la mejora y la valorización de sí en tanto que capital.

En un escenario de capitalización de sí como el que estamos describiendo, el trabajador se convierte en una especie de empresa permanente y múltiple. Lo que dicha racionalidad demanda a los individuos no es asegurar la productividad del trabajo, sino la rentabilidad de un capital (de su propio capital, de un capital inseparable de su propia persona). El individuo debe considerarse a sí mismo como un fragmento de capital, una fracción molecular del capital. El trabajador no es ya un simple factor de producción, el individuo no es ya, propiamente dicho, una fuerza de trabajo, sino un capital-competencia, una ‘máquina-competencia’, que va a la par con un ‘estilo de vida, un modo de vida’, una elección moral, una forma de relación del individuo consigo mismo y, al mismo tiempo, con el entorno, con el futuro, con el grupo, con la familia (Lazzarato, 2008a). La ruptura de la relación salarial por la proliferación del estatuto de

¹⁰⁰ La idea de *capital fijo humano* constituye una propuesta teórica y analítica que va más allá de Marx a partir de él, en un intento de dar cuenta de una nueva cualidad de la fuerza de trabajo observable en los actuales escenarios productivos, definiendo la misma como contenedor a la vez de las funciones del *capital variable* y del *capital fijo*. Para una definición de estas dos últimas categorías se puede consultar el inventario.

¹⁰¹ La producción de sí se relaciona con los conceptos de “cuidado de sí” (Foucault, 1984a) y de “gobierno de sí” (Foucault, 2004 y 2005) como ejes de la concepción y del ejercicio del gobierno desde la perspectiva del liberalismo. Para una definición pormenorizada de la categoría “producción de sí” en relación al concepto de “capital humano” se puede consultar el inventario.

trabajadores autónomos entre los guionistas, la transformación de las relaciones laborales entre el trabajador y la empresa en relaciones de servicio que se desarrollan formalmente entre empresas y que sustituyen el salario como forma de remuneración por el pago por servicio realizado y la facturación, así como la práctica ausencia de capital fijo en las empresas productoras de contenidos para televisión y la encarnación de éste en sus propios trabajadores, son, entre otros, fenómenos que abordaremos en profundidad más adelante y que contribuyen a enriquecer y alargar la temática de la capitalización de la fuerza de trabajo en los actuales escenarios laborales. Aquí sólo lo enunciamos someramente para referirnos únicamente al asunto de la formación.

La transferencia de la responsabilidad de la formación continua al trabajador no sólo conlleva que el profesional del guión tenga que destinar una parte de su renta a sufragarla, sino que el empleador se desentienda de cualquier tipo de inversión o gasto al respecto. El guionista construye sus ciclos formativos y de aprendizaje en un tránsito permanente entre espacios de formación reglados y no reglados, alternando tiempo de empleo y de desempleo, encadenando proyectos remunerados y no remunerados, pasando de un campo de actividad a otro en un proceso de enriquecimiento de sus competencias y de evolución de su saber-hacer. De esta manera, la “profesionalización” del guionista se realiza de manera múltiple y diferencial, con frecuencia sin pasar por centros de estudio, formaciones o diplomas homologados. Paradójicamente, en ese tránsito la especialización se acompaña de una predisposición a la pluriactividad, en una simbiosis de procesos que lejos de resultar contradictorios, se van hilando en el despliegue de una “autoformación permanente” que agencia seminarios, conferencias, talleres, cursos y experiencias individuales y colectivas (Corsani y Lazzarato, 2008).

De esta práctica de autoformación continua destacan tres elementos significativos en el caso concreto de los escritores de ficción televisiva. El primero de ellos es que los aprendizajes y los saberes que el trabajador va

acumulando y enriqueciendo a lo largo de su vida no remiten únicamente al campo del guión ni del audiovisual:

“Sí, llevo dos años estudiando francés en la Escuela Oficial de Idiomas, estoy haciendo un módulo de fotografía digital y siempre que puedo me apunto a echar una mano en el rodaje de algún corto de un colega o lo que salga por ahí que vea que me interesa”.

[ENTREVISTA 8]

“Ahora estoy haciendo un curso de masaje, yo creo que me estoy volviendo hippie, es lo que tiene tanto porro (risas). No, en serio, la verdad es que me ha enganchado, yo creo que por los dolores de espalda que tengo por pasarme horas y horas delante del ordenador. Mi chico están encantado y no para de quejarse para que le de masajitos (risas)”.

[ENTREVISTA 25]

“Me ha dado por estudiar Filosofía en la UNED, no te lo pierdas. (...) He estado un par de meses haciendo un curso de edición y montaje por las tardes, un intensivo. Empecé por mi cuenta, con un amigo que trabaja en Antena 3 y me echaba un cable, pero luego me puse las pilas. Tengo una HD y controlo de foto lo necesario, así que ahora que me manejo con la edición ya no necesito a nadie para hacer mis cositas, mis cortos y eso”.

[ENTREVISTA 19]

El dato del carácter no focalizado de los ciclos formativos encaja con un desarrollo profesional marcado por la discontinuidad, la intermitencia en el empleo y la pluriactividad. El propio estudio de la Fundación Autor y ALMA señala que únicamente un 20,1% de los guionistas se dedica exclusivamente a la escritura audiovisual, mientras que un 59% declara compatibilizar su actividad como guionista con otras labores remuneradas o no, fundamentalmente en otros campos de la industria audiovisual o en tareas de docencia o de corte artístico. Más que una evolución lineal y progresiva, propia de otros sectores profesionales, los escritores audiovisuales son sujetos de una línea discontinua y quebrada que complejiza al extremo el ejercicio de una carrera profesional y la

convierte en un proyecto siempre contingente e incierto, susceptible de interrupciones, reorientaciones y nuevos comienzos. La pluriactividad hace del guionista una figura profesional compleja cuyos aprendizajes no pueden sujetarse a los espacios instituidos de la formación reglada, ni sedimentar en el interior de una sola estructura, un campo o un único dominio. La movilidad y la diversidad de experiencias son la premisa y el estímulo de unos recorridos formativos complejos e impredecibles. Desde este punto de vista, todo dispositivo de regulación del mercado del empleo referido a los escritores audiovisuales que pretendiera convertir los diplomas, certificados y títulos académicos en el criterio de evaluación objetiva de la profesionalidad, correría el riesgo de reducir, empobrecer e ignorar la multiplicidad y la heterogeneidad de las experiencias y los recorridos formativos.

A partir de esta multiplicidad y heterogeneidad de experiencias que entretejen los aprendizajes para el trabajo se vislumbra, precisamente, el segundo elemento significativo en relación a las prácticas autoformativas en el caso de los escritores de ficción televisiva: el carácter productivo del consumo cultural, así como de un cúmulo de actividades que, aunque nunca resulten computadas oficialmente como aprendizajes, poseen un alto valor formativo:

“Me engancha a las series de HBO o de Showtime porque me gustan y me enganchan, eso está claro, pero también porque aprendo mucho. No sé... Cómo construir un buen personaje, cómo manejar una trama, cómo administrar la información en los diálogos o en un capítulo, muchas cosas. (...) He aprendido más viendo los Soprano o Dexter que en todos los años de facultad juntos”.

[ENTREVISTA 24]

“Ya no es lo mismo, yo qué sé, cuando me leo una buena novela o voy al cine, paso más tiempo al loro de los personajes, del ritmo o de cómo resuelven las situaciones, que disfrutando relajadamente del libro o de la peli. (...) Se aprende mogollón viendo tele o yendo al cine... Yo me gasto un dineral (risas), pero me merece la pena”.

[ENTREVISTA 14]

“Saco mucho de los amigos del barrio. No es que tenga mucho que ver con ellos y eso, pero últimamente he vuelto por allí y me tomo una caña que otra con ellos. Es que son un filón de... No sé, cómo hablan, las cosas que les pasan, los chistes que hacen... Todo me sirve. Es como un master intensivo en ‘peña de barrio’ (risas). (...) Siempre me sirve para dialogar a determinados personajes o pensar situaciones y tramas”.
[ENTREVISTA 7]

El dato de la conversión del consumo cultural en espacio productivo y de aprendizaje laboral no sólo convierte el consumo en una actividad directamente productiva que diluye las fronteras entre trabajo y no-trabajo, subsumiendo la reproducción en la esfera de la producción, sino que nos habla de procesos formativos invisibles que se incorporan a la producción sin reconocimiento ni inversión alguna por parte de las empresas, estirando la apropiación privada de la vida social hacia nuevas vías que exigen tanto dirigir la atención analítica hacia un renovado y ampliado concepto de explotación, como interrogarnos acerca de la validez de los análisis sobre el fenómeno del consumo que parten de su neta diferenciación en relación a los espacios y los tiempos de la producción.¹⁰²

Al mismo tiempo, el carácter invisible de los aprendizajes y el desarrollo generalizado de dinámicas de autoformación se relacionan directamente con el hecho de que el 40,5% de los guionistas entrevistados en el estudio de la Fundación Autor y ALMA afirma no haber recibido ninguna formación específica para el ejercicio de su labor y se declara como autodidacta. La relevancia del dato no sólo descansa en su peso cuantitativo, señalando que casi la mitad de los escritores audiovisuales declaran acceder de manera autodidacta a

¹⁰² Desde nuestro punto de vista, todo proyecto de investigación que pretenda acometer esta segunda tarea debería interrogarse acerca de dos de los presupuestos fundamentales de la Sociología del Consumo: a) la idea de la escisión del individuo en diferentes posiciones sociales (consumidor, trabajador, ciudadano), como sujeto de una sociedad (de consumo) que ha separado las actividades (consumo, producción, política) en tres esferas diferenciadas (Offe, 1990); y b) la concepción de la producción como producción del consumo (Marx, 1997 y Callejo, 1994), articulando un más allá de esta ecuación que aterrice en el análisis de la conversión del consumo mismo en producción. Abordaremos más adelante estas cuestiones, así como nos detendremos pormenorizadamente a analizar la naturaleza productiva del consumo en relación a los escritores de ficción y a los públicos televisivos.

los conocimientos y saberes necesarios para el desempeño de su actividad profesional, sino que señala un valor cualitativo que va más allá: la generalización del autoaprendizaje indica una inclinación marcadamente vocacional hacia la profesión, lo que apunta necesariamente una evidente predisposición a la implicación en el desarrollo de las tareas laborales, así como que el guionista priorice el deseo del desempeño de su actividad profesional por encima de las condiciones en las que ésta se realiza, lo que lo convierte en una fuerza de trabajo potencialmente maleable y altamente rentable para el empleador.¹⁰³

Es interesante indicar que junto a la naturaleza productiva de las prácticas de consumo cultural, destaca el carácter formativo de las experiencias de usos culturales, informativos y comunicativos que se despliegan en Internet a través de diferentes portales, blogs y páginas webs de guionistas y para guionistas. El uso del campo virtual, particularmente el tránsito por una blogosfera plagada de espacios protagonizados por escritores audiovisuales, constituye una práctica común de acumulación y transmisión de saberes asociados a la escritura audiovisual. Tanto los “blogs de desahogo” (Bologna, 2007), donde son puestos en red los testimonios vitales, las crónicas cotidianas y las historias personales de los guionistas, como los sitios más estructurados, expresión de un proyecto y portadores de una clara intencionalidad, funcionan como auténtica cuenca de materiales formativos y de procesos de aprendizaje, no sólo en torno a las cuestiones técnicas asociadas al desarrollo de la actividad laboral, sino cargados también de consejos e informaciones sobre el desempeño de la profesión. Tanto por la vía formal de la oferta de cursos y talleres *online*, como por la vía informal de los testimonios, las conversaciones y los consejos que recorren la blogosfera, el guionista accede a un valiosísimo material formativo, muchas veces de carácter participado e interactivo, así como movido por una lógica de

¹⁰³ El estudio de la Fundación Autor y ALMA apunta datos relativos a la dimensión vocacional de la profesión: el 50,5% de los guionistas entrevistados señala que se dedica a la escritura audiovisual porque “es lo que más me gusta”, ascendiendo al 56,7% en el caso de los guionistas empleados en la fabricación de ficción televisiva, datos que ponen de manifiesto el carácter verdaderamente significativo del impulso vocacional hacia la actividad.

cooperación de carácter horizontal que resulta vital para la actualización de las competencias y la supervivencia profesional de los escritores audiovisuales.

En nuestro país, la mayoría de blogs de guionistas responden a la lógica de desahogo señalada, funcionando como medios de socialización y conversación en torno al desarrollo de la profesión. No obstante, las propuestas formativas explícitas se concentran en los sitios más estructurados, entre los que destacan “ABCGUIONISTAS” (<http://www.abcgionistas.com>), portal de la empresa consultora homónima que ofrece asesoría y asistencia formativa, y “BLOGUIONISTAS” (<http://bloguionistas.wordpress.com/>), espacio telemático de encuentro y difusión de y para guionistas en el que destaca el sentido formativo de muchos de sus materiales.

Por otro lado, la naturaleza invisible y no reglada de los aprendizajes, así como el carácter autodidacta de gran parte de los escritores audiovisuales, vienen a matizar los análisis que han propuesto tradicionalmente los ciclos educativos reglados, la especialización académica y la solvencia curricular como requisitos determinantes para el acceso al desempeño de una actividad profesional de corte cognitivo (Drucker, 1992), al mismo tiempo que tienden un puente hacia el tercer elemento significativo en relación a las dinámicas autoformativas en el caso de los guionistas empleados en la producción de contenidos de ficción para televisión: el aprendizaje situado que hace del trabajo un momento de la formación y de la formación un momento del trabajo (Corsani y Lazzarato, 2008):

“Yo hasta que no empecé a trabajar como guionista y entré en la primera serie no sabía nada, todo lo he aprendido escribiendo y escribiendo. (...) Yo por lo menos salí de la facultad sin tener ni papa de esto, bueno, es que en realidad no te enseñan nada que luego te sirva realmente”.
[ENTREVISTA 12]

“Vas haciendo callo y pillando el rollo. Yo cuando llegué no tenía ni idea de cómo funcionaba esto, fui aprendiendo sobre la

marcha, de los compañeros, del coordinador de guiones... Lo pillas rápido, pero claro, tú tienes que saber escribir. (...) La técnica, la manera de escribir, cómo se hace este trabajo, eso se aprende trabajando. Yo llevo ya tantos guiones y tantos años en esto que casi me sale en automático”.
[ENTREVISTA 8]

Evidentemente, todo contexto profesional marcado por el escaso peso de la formación reglada, así como por la centralidad de las dinámicas de instrucción autodidacta, determina tendencialmente que el aprendizaje por la práctica laboral juegue un papel significativo. Lo interesante en el caso de los guionistas empleados en la fabricación de contenidos de ficción televisiva es que el *learning by doing* del que son sujetos se aleja notablemente de los postulados de la teoría económica que origina tal categoría. En este sentido, el concepto de *learning by doing* se refiere tradicionalmente a la capacidad de los trabajadores de mejorar su productividad por una repetición regular del mismo tipo de acción, vinculando de esta manera el aumento de la productividad tanto a un tipo de práctica homogénea, como a una reducción de la innovación (Kenneth, 1985). Si bien es cierto, tal y como veremos más adelante, que la escritura de ficción televisiva se inscribe en una cierta rigidez de pautas y procesos que responden solamente de manera relativa a una lógica industrial de fabricación en serie y que, por tanto, el trabajador se mueve por una repetición regular de las acciones laborales que instaure una suerte de automatismo en el desarrollo de su prestación laboral, no es menos cierto que su productividad se liga directamente con prácticas y acciones que no sólo poseen una naturaleza heterogénea y se despliegan en territorios diferenciados del ámbito formalmente laboral, sino que presentan un alto valor formativo y son una fuente inagotable de aprendizajes, estímulos y saberes. Tal y como hemos visto con anterioridad, los recorridos de la autoformación de los escritores de ficción televisiva se despliegan por un cúmulo de áreas y espacios sociales de aprendizaje, de actividad y de vida, que permanentemente introducen en el proceso productivo *inputs* en forma de lenguajes, información, saberes e innovación que contribuyen determinadamente al incremento de una productividad que, no lo olvidemos, más allá de

procedimientos repetitivos y de automatismos, encuentra su motor en el desarrollo de la creatividad y de la imaginación del escritor. La pluriactividad y el carácter no focalizado de la práctica formativa se materializan en la participación en proyectos que le ofrecen al guionista la posibilidad de experimentar, aprender y participar en actividades y acciones por las que resultaría imposible transitar en el estricto marco concreto de su empleo como escritor de ficción televisiva. Estas actividades y acciones no solamente son incorporadas por el trabajador y operan como fuentes continuas de saberes y competencias que luego éste pone en juego a la hora de desarrollar su prestación laboral, sino que muchas veces se constituyen en espacios de realización profesional, posibilitándole al escritor audiovisual el ejercicio de las cualidades del oficio que en el ejercicio de su empleo le están vetadas:

“Menos mal que tengo otras cosas... El blog, los artículos que escribo para un par de webs y, sobre todo, los cortos en los que echo una mano siempre que puedo, los proyectos que hago con amigos. Ahí por lo menos puedo escribir lo que me da la gana, contar las cosas que yo quiero contar. (...) Disfruto de la libertad que aquí no tenemos”.

[ENTREVISTA 13]

De esa manera, la pluriactividad aparece no sólo como una fuente permanente de aprendizajes versátiles y prácticos, sino como una auténtica *línea de fuga* profesional que le permite al guionista desconectar de los automatismos y de los límites en los que se inscribe el desempeño de su empleo, participando en actividades frecuentemente no remuneradas y de carácter voluntario.

Es interesante señalar que el concepto de “línea de fuga” fue propuesto por Gilles Deleuze y Félix Guattari como una figura de la multiplicidad de la que es constitutivo un carácter permanentemente inacabado. Con ella se nombra una sucesión de objetos y proyectos parciales en los que el sujeto nunca consigue reterritorializarse. De esta manera, la idea de una línea de fuga, también llamada “línea de ruptura”, representa la irrupción de la figura del afuera y constituye una

práctica de desterritorialización (Deleuze, 1977). Guattari explicitó el carácter directamente político del término al ligarlo a la posibilidad de la libertad: “las líneas de fuga abrazan las líneas objetivas de desterritorialización y crean una aspiración irreversible a nuevos espacios de libertad” (Guattari, 1977). El testimonio extraído de la entrevista nº 13 expresa paradigmáticamente el sentido del concepto en términos profesionales: “*Menos mal que tengo otras cosas*” (multiplicidad, sucesión de proyectos parciales, afuera del empleo de guionista televisivo, desterritorialización en múltiples espacios –blog, web, cortometrajes, proyectos con amigos-); “*Ahí por lo menos puedo escribir lo que me da la gana, contar las cosas que yo quiero contar. (...) Disfruto de la libertad que aquí no tenemos*” (aspiración a nuevos espacios de libertad). Lo interesante del caso de los guionistas de televisión es el carácter dual de las líneas de fuga que practican: por un lado, circulan por actividades concretas de diferente naturaleza; por otro lado, exploran otras racionalidades en el desarrollo de sus actividades, participando en formas de prestación y cooperación que van más allá de las relaciones salariales y mercantiles. En este sentido, la desterritorialización profesional de la que son sujetos afecta tanto al orden concreto, como a la dimensión abstracta de su trabajo.

En cualquier caso, lo que resulta más interesante es que las dinámicas de producción de sí y las lógicas formativas de las que estamos dando cuenta, marcadas por el peso de la informalidad y de las experiencias no regladas de aprendizaje, se vinculan directamente con la escasa relación observable entre las titulaciones de los guionistas que han cursado estudios superiores y las carreras universitarias directamente asociadas con el medio audiovisual. Si bien es cierto que los criterios de selección de personal de las empresas de producción de contenidos para televisión toman formalmente en cuenta la cualificación del trabajador a la hora de su contratación, es igualmente reseñable el carácter periférico de las titulaciones en los procesos de selección de escritores para sus equipos de fabricación de contenidos de ficción:

“Lo que me interesa del currículum es la experiencia que tiene, si ha trabajado antes en televisión, de dónde viene... Claro que es importante que tenga un mínimo de bagaje académico, pero eso casi nunca es determinante. (...) Luego en la entrevista pues la gente de recursos humanos ve cómo es, cómo habla, cómo se comunica, cómo se comporta. Ahí te haces una idea de si va a funcionar o no dentro del equipo de trabajo”

[ENTREVISTA 1]

“Yo sí miro el currículum y lo que han estudiado, pero para ver si es algo diferente y ahí nos puede dar un plus. A veces es así, me interesa más que me den otras cosas. Además, uno no aprende a escribir guiones estudiando, de la carrera no sacas nada, bueno, casi nada (risas), en la cafetería de la facultad se aprenden muchas cosas. (...) Lo importante es la experiencia, la habilidad que tengas para imaginar y contar historias, que te integres bien en el equipo, yo qué sé, que le echas ganas y te lleves bien con los otros guionistas y haya feeling”

[ENTREVISTA 4]

“(...) Qué va, aquí casi nadie ha estudiado nada de tele. Mira yo, que estudié filología árabe y he terminado de directora del departamento de ficción de una productora puntera”

[ENTREVISTA 2]

Resulta particularmente interesante el pasaje de la entrevista nº 4 en el que se apunta el interés por componentes del currículum del trabajador que remitan a universos diferentes a los de la escritura y el medio televisivo. De hecho, se trata de un elemento que se conecta directamente con la experiencia vivida en carne propia: mi contratación como guionista de la serie *Hospital Central* se debió fundamentalmente a mi condición de sociólogo. Tras haber realizado una prueba que consistió en la escritura de un segmento de un guión tipo de la serie, el coordinador de guionistas se decidió por mi contratación en detrimento de los otros aspirantes al puesto, todos ellos guionistas profesionales con experiencia de trabajo en televisión, precisamente por el *input* que yo le podría aportar a las historias debido a mi conexión profesional con las relaciones sociales y sus problemáticas. La naturaleza de la serie, centrada en la vida cotidiana en el

servicio de urgencias de un hospital público, con los contextos y los problemas sociales con los que lidian sus médicos, sus enfermeras y sus pacientes, llevó al máximo responsable de sus guiones a contar en su equipo con un sociólogo. Lo verdaderamente significativo es que mi papel dentro del equipo no era el de ejercer la asesoría sociológica, en paralelo al médico especialista que en todo momento supervisaba los casos clínicos que se incluían en las historias, sino el de un escritor de guiones exactamente igual que los demás. Curiosamente, con el paso de los meses ni siquiera el propio médico asesor formó parte del equipo en su estricta calidad de doctor de un servicio de urgencias: comenzó a escribir guiones y se integró en el equipo de trabajo como un guionista más. Ni él ni yo habíamos estudiado nunca nada relacionado con la escritura de ficción ni estábamos en posesión de titulación alguna referida al medio audiovisual, al igual que otros compañeros de trabajo que componían el equipo de guionistas.

En cualquier caso, la naturaleza periférica de las titulaciones apunta el desplazamiento desde el interés gerencial por la cualificación, que no remite en ningún caso a los atributos del puesto de trabajo (Rolle, 1971), hacia las competencias, entendidas como combinación de conocimientos, experiencias y comportamientos aplicables y constatables a partir del puesto y la situación concreta de trabajo (Zarifian, 1999).¹⁰⁴ Si la cualificación remite a los recursos de los que dispone el individuo, fruto de la formación y de la experiencia, la competencia en cuanto tal concierne a la capacidad de aplicación de esas cualificaciones en los contextos laborales prácticos. Es decir, el uso y la adaptación por parte de las empresas, y en función de sus exigencias, del acervo individual de formación, aptitudes y capacidades del trabajador: ser competente significa para el trabajador encontrar su orientación, acceder al empleo, asumir responsabilidades y hacerse un lugar, o lo que es lo mismo, ser capaz de responder a las necesidades de la empresa (Alaluf y Stroobants, 1994). Desde este punto de vista, varias son las consecuencias que se pueden deducir tanto de

¹⁰⁴ Sobre las *competencias* se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

la puesta en práctica del modelo de la competencia, como del carácter de la sujeción del trabajador a las necesidades gerenciales que dicho modelo conlleva:

1. La relación asimétrica entre el trabajador y el empleador, característica del conjunto de las relaciones laborales, ve incrementada la condición maleable del primero, al eliminarse los condicionamientos que la formación reglada y su sanción institucional a través de las titulaciones introducían formalmente en las pautas de contratación y remuneración de la fuerza de trabajo, así como la delimitación curricular del campo de actividades concretas al que hipotéticamente debería circunscribirse su prestación laboral. De esta manera, se erosiona definitivamente la posibilidad de trazar los itinerarios de los trabajadores por los puestos de acuerdo a su formación reglada y su diploma, por lo que el sistema de convenciones colectivas en las que se basaba la construcción social de las cualificaciones, de las promociones y de los estatutos, tiende a perder su justificación. Igualmente, el empleador obtiene la libre potestad para juzgar unilateralmente las aptitudes de sus trabajadores, así como la posibilidad de obtener del operario su prestación laboral sin estar obligado a otorgarle un estatuto estable y permanente (Rolle, 2003b). De esta manera, las categorías profesionales, así como las condiciones de trabajo y las remuneraciones a ellas asociadas, aparecen atravesadas por una arbitrariedad que posibilita la determinación gerencial de una movilidad de los trabajadores por los puestos susceptible de incidir en la desvalorización de los operarios:

“Estuve de guionista en una serie que no funcionó, así que me pusieron a trabajar de redactora en entretenimiento, luego estuve como documentalista en otra serie, después entré en el equipo como guionista y ahora ya me ves (risas), aquí supuestamente desarrollando proyectos para el departamento de ficción”

[Entrevista 9]

Desde este punto de vista, junto a los cambios tecnológicos y las transformaciones en la naturaleza de las prestaciones laborales que sirven usualmente como justificación del modelo de la competencia, puede observarse la naturaleza estratégica que dicho modelo presenta para el empleador: opera como herramienta que intensifica la flexibilización en el uso de la fuerza de trabajo, al mismo tiempo que resulta útil en la reducción de los costes del trabajo. De esta manera, podemos avanzar la idea de que la aplicación y el desarrollo del modelo de la competencia no se derivan únicamente de las transformaciones en la cualidad y la organización del trabajo, sino que se relacionan directamente con la decisión política y gerencial de prescindir de las prescripciones y las garantías que el sistema clásico de las cualificaciones imponía formalmente a las empresas.

2. La centralidad de las competencias en los actuales marcos laborales tiene necesariamente su efecto en el terreno de la formación. La práctica formativa continuada y permanente, enfocada al desarrollo de “aptitudes fundamentales” independientes del propio contenido de las formaciones (Alaluf y Stroobants, 1994), supone acentuar la aspiración totalizante que está en el origen del término “formación”, es decir, la pretensión de “dar forma” al individuo en su totalidad: ni pura transmisión de saber, ni simple adiestramiento en el desarrollo de una actividad, la formación se propone conducir a los individuos hacia una forma de vida determinada, entendiendo con ello un conjunto coherente de conocimientos, capacidades, comportamientos, gustos, relaciones, inclinaciones, aptitudes, actitudes y hábitos (Bascetta, 2001). Paralelamente, el peso que las empresas y la orientación al mercado inducen a las políticas formativas basadas en la gestión por competencias produce una tendencia a la contaminación global del sistema educativo por las prácticas y métodos que anteriormente caracterizaban únicamente a la formación profesional (Cachón, 1999), en una fusión de enseñanzas profesionales y generalistas cuyo motor no es tanto la producción y transmisión del conocimiento,

como la constitución de los individuos para el empleo y la orientación de los mismos hacia el mercado. Gran parte de la crítica a la creación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) a partir de la firma de la “Declaración de Bolonia”, acuerdo que en 1999 suscribieron los ministros de educación de la Unión Europea y de otros países como Rusia y Turquía, apunta esta idea.¹⁰⁵ La European Round Table of Industrialists (ERT), que reúne a ejecutivos de las principales empresas europeas, ya había publicado en 1995 un informe en el que las grandes empresas europeas expresaban su punto de vista al respecto e indicaban la pertinencia de la implicación de la empresa en el diseño y orientación de las políticas y las instituciones educativas (ERT, 1995).

3. Al mismo tiempo que se dificulta sobremanera la reducción de la cualificación a la titulación, tal y cómo hemos visto, la acumulación y desarrollo de competencias a través de los recorridos formativos heterogéneos que procura la pluriactividad predispone al trabajador hacia la polivalencia. Se trata de un fenómeno que incrementa tanto la versatilidad y empleabilidad del guionista, es decir, su capacidad para pasar de una función a otra dentro de los ciclos productivos que habita y para circular de manera continuada por el circuito de los empleos, como el enriquecimiento personal y el saber-hacer que el trabajador va acumulando. Una ambivalencia que convierte al escritor audiovisual en el objeto potencial de una flexibilización gerencial unilateral de sus prestaciones y sus tareas, pero que, al mismo tiempo, amplía las posibilidades y los campos de actividad del trabajador, haciéndole también sujeto potencial de una mayor libertad y autonomía. Como veremos más adelante, una parte significativa de las políticas patronales consiste, precisamente, en el bloqueo de esa autonomía potencial de los escritores a través del control de la erogación de la renta y de dinámicas extensivas de control económico del trabajo vivo.

¹⁰⁵ Al respecto se puede consultar: Berzosa, 2008; Fernández Liria, 2008; Pardo, 2008; y Pedrote, 2008.

El complejo escenario que venimos describiendo dificulta la composición de un proceso formativo tipo para los guionistas de ficción televisiva, así como hace difícil codificar el conjunto de competencias y saberes que se movilizan en unas trayectorias profesionales determinadas por la intermitencia de las prestaciones, la pluriactividad y la polivalencia, con una marcada heterogeneidad en los recorridos y las prácticas. Al mismo tiempo, la cualidad de las experiencias de autoformación, así como la importancia de fenómenos como el *learning by doing* y el carácter productivo del consumo cultural, señalan una distancia en relación a las concepciones del hecho formativo características de la sociedad industrial y de las relaciones salariales clásicas, así como alteran notablemente la economía fordista de los tiempos sociales.

Dada la relevancia sociológica de la modificación que introducen las pautas productivas que venimos describiendo en el sentido y la naturaleza de las dinámicas clásicas de organización y concepción de los tiempos sociales, merece la pena que nos detengamos a entender bien la cualidad de la configuración fordista de la temporalidad social, de tal manera que alcancemos a comprender el alcance de la transformación a la que hacemos referencia. Tal y como apunta Girard (2001), el desarrollo del modelo industrial fordista generó un aumento de las capacidades productivas que motivó que la producción excediera rápidamente y cada vez en mayor medida las necesidades de las clases acomodadas. El fordismo operó una solución al problema en base a la idea de que la producción distribuye las capacidades de consumo mediante el salario, mientras que el consumo justifica un nuevo ciclo de producción debido a la destrucción que opera. De esta manera, y sobre todo a partir de la teorías de Keynes, el no-trabajo, hasta entonces un tiempo no económico, tomó una dimensión económica. No obstante, no era la totalidad del no-trabajo la que entraba en una dinámica económica a partir de ese momento, sino únicamente aquel tiempo que presentaba una utilidad económica directa, es decir, el tiempo de consumo. De esta manera, el tiempo de las personas se convirtió en un tiempo totalmente económico, tanto durante el acto de la producción, como durante el consumo.

Así, emergieron dos esferas diferenciadas: la de la producción y la del consumo, que comenzaron a relacionarse entre ellas únicamente con un sentido de causalidad. Mientras el tiempo de consumo era a menudo asimilado a un tiempo libre, el tiempo de producción se entendió como un tiempo forzado, en la medida en la que el acto de producción no podía llevarse a cabo más que en un lugar preciso (el taller) y siguiendo horarios impuestos. Es esta separación de tiempos la que precisamente constituye el principio esencial de la economía fordista. Una separación que, además de situarse en el corazón de nuestra organización social y económica, distribuye de manera binaria el conjunto de nuestras actividades. A partir de estas premisas, nuestra vida cotidiana no contiene por tanto más que dos tiempos: el tiempo de producción y el tiempo de consumo. Si creamos valor, entonces estamos en el tiempo de producción. Por el contrario, si lo destruimos, estamos en el tiempo de consumo. Es decir, cada uno de nosotros y nosotras es, de manera diferenciada y sucesivamente, o productor o consumidor.

Lo relevante de nuestros análisis del mundo de la producción televisiva es que los escritores empleados en los ciclos de fabricación de contenidos seriales de ficción ponen de manifiesto la obsolescencia de las premisas del orden temporal fordista. Tal y como hemos visto, dichas premisas señalan que el tiempo libre no puede realizarse más que fuera de los tiempos de trabajo, que la vida de los trabajadores se divide netamente entre tiempo de trabajo y tiempo de consumo, así como apuntan la existencia de una escisión en la vida de los individuos entre un período de preparación para el trabajo, constituido por un tiempo de aprendizaje no remunerado, y un período de ejercicio efectivo del trabajo estructurado por empleos remunerados. Sin embargo, dichas premisas dejan de constituir fenómenos con valor hegemónico a la hora de dar cuenta de una realidad existencial y laboral marcada por una erosión cada vez mayor de la división tradicional entre trabajo y no-trabajo. El guionista que mientras ve su serie favorita de televisión se forma y extrae elementos que luego aplica directamente al proceso productivo o que leyendo una novela o un comic extrae pautas narrativas e historias, nos habla de una erosión considerable de la

separación históricamente articulada en el seno de las relaciones salariales entre tiempo productivo y tiempo de ocio, así como entre tiempo de aprendizaje y tiempo de trabajo. Tal y como enfatiza Alaluf (1986), esa separación histórica propia de la industria, que arrancaba el trabajo del tiempo de la vida y escindía el tiempo libre de los tiempos de la producción, constituye una de las características sustanciales del sistema de relaciones salariales. Este sistema se estructura en su concepción tradicional en torno a la diferencia en la vida de los individuos entre un período de preparación para el trabajo, constituido por un tiempo de aprendizaje no remunerado y un período de ejercicio efectivo del trabajo estructurado por empleos remunerados.

Desde este punto de vista, los escritores de ficción televisiva señalan tanto una mutación sustancial en el sistema de relaciones salariales, como la inoperatividad de las concepciones tradicionales y ortodoxas de dichas relaciones. El guionista personifica la transformación de una organización capitalista que ya no valoriza la vida social a través de dos secuencias temporales diferenciadas, producción y consumo, sino a través de un *continuum* en el que consumo y producción resultan indistinguibles: el tiempo de consumo deja de ser únicamente un tiempo de destrucción y se convierte en un tiempo de producción (Girard, 2001).¹⁰⁶ Las dinámicas difusas de autoformación que ponen en juego los escritores de ficción televisiva convierten el tiempo formal de su prestación laboral en un tiempo en el que se valoriza la información producida formalmente en el exterior a dicha prestación, es decir, en el tiempo de consumo. De esta manera, el guionista

¹⁰⁶ En realidad, esta escisión entre tiempo de producción y tiempo de consumo ha tenido siempre un carácter relativo, puesto que los procesos de producción sujetos a las relaciones salariales han incluido constantemente un proceso de consumo: el de la fuerza de trabajo que encarna el trabajador. Enrique Dussel ha recogido esta idea de los manuscritos que Marx escribió entre agosto de 1861 y julio de 1863, para dar cuenta de una conversión de la capacidad productiva del trabajador, como potencia exterior al capital, en fuerza de trabajo, una mercancía que el capitalista consume a cambio del pago de un salario, base de la alienación del trabajo entendida como negación ontológica de la exterioridad que encarna potencialmente el trabajador, negación del otro constitutiva ontológicamente del trabajo asalariado. Dussel subraya la idea de la producción como consumo con una cita de los referidos manuscritos de Marx: “Después de que el poseedor del dinero ha comprado la capacidad de trabajo (...) lo aplica ahora como valor de uso, lo consume. La realización de la capacidad de trabajo, su real uso es el *trabajo vivo* mismo. El *proceso de consumo* de esta mercancía especial (...) es el *proceso de trabajo* (*Arbeitsprozess*) mismo” (Dussel, 1988).

desplaza una parte de su tiempo de producción, destinado a la producción de esa información, hacia su tiempo de consumo. Para ello, consagra una parte cada vez mayor de su tiempo de ocio al consumo de contenidos culturales y de soportes tecnológicos que le permitan acceder a la información que contienen dichos contenidos con la mayor velocidad posible, destinando a ello una cantidad cada vez más significativa de sus ingresos.

La gama media de consumos tecnológicos de los escritores televisivos incluye infraestructuras básicas para el consumo y el uso productivos, como ordenadores fijos y portátiles, discos duros externos, *pen drives*, software para la descarga y reproducción de contenidos audiovisuales, conexiones de ADSL y líneas telefónicas. Los guionistas suelen descargar de Internet contenidos televisivos que visionan, copian y comparten ampliamente. Ese es el material informacional más importante con el que actualizan sus competencias y saberes en torno a la ficción televisiva, convirtiéndose además en información que es reciclada y reutilizada en sus propios procesos de fabricación de historias, tramas y personajes que incorporan a la producción de ficción serializada en la que están empleados:

“(...) Eso depende, porque yo suelo comprarme en DVD las temporadas de todas las series que me gustan, que son muchas (risas), pero antes ya me las he bajado de Internet para poderlas ver en tiempo real, cuando las emiten en EEUU. Bueno, también me bajo un montón de series que no me gustan, pero que tengo que ver para estar al tanto de lo que se está haciendo, de los formatos que hay por ahí y esas cosas. (...) Yo tiro de Emule, Pando, Torrent... Hay un montón de sitios en Internet en donde lo encuentras todo, es la caña”. [ENTREVISTA 8]

Es interesante apuntar que el manejo generalizado de herramientas telemáticas por parte de los escritores televisivos enlaza directamente con los aprendizajes no reglados y la autoformación. Sergio Bologna aporta un punto de vista interesante

al respecto: “Las instituciones, públicas o privadas, que ofrecen cursos para el aprendizaje de programas no consiguen seguir a tiempo real la producción continua de programas para las diferentes aplicaciones, de tal manera que un trabajador independiente o un trabajador encuadrado en una estructura de servicio, una consultoría o similares, para mantener una ventaja competitiva en el mercado, en cuanto tiene noticias de la salida de un nuevo producto, lo descarga de Internet (...) La difusión del conocimiento se desarrolla más por dinámicas de boca a boca que por canales formalizados. Esta característica hace de la informática, como instrumento de acumulación de competencias, una disciplina en la que sobresalen los más jóvenes. Los tiempos de su autoformación son rápidos y van al grano, posibilitando en pocas semanas la adquisición de competencias que pueden ser intercambiadas por dinero en el mercado. Los tiempos de la escuela son mucho más lentos y la oferta formativa se limita a los productos *standard*” (Bologna, 2007).

Por otro lado, e hibridando con los consumos culturales y tecnológicos, los escritores de ficción televisiva participan de espacios virtuales y redes de cooperación en Internet en las que se comparten contenidos y bienes culturales más allá de la vía mercantil, activando lógicas de cooperación y de acceso libre a dichos contenidos y bienes. El uso de las *redes peer to peer* (P2P) o *redes entre iguales*, ilustra de manera conveniente este interesante campo de acción común entre los guionistas. Hablamos de redes de computadoras en las que se opera sin clientes ni servidores fijos, con una serie de nodos que se comportan como iguales entre sí y que permiten el intercambio directo de información, en cualquier formato, entre los ordenadores interconectados. El hecho de que sirvan para compartir e intercambiar información de forma directa entre dos o más usuarios ha propiciado que se usen masivamente para compartir e intercambiar archivos cuyo contenido está sujeto a las leyes de copyright, lo que ha generado una gran polémica entre defensores y detractores de estos sistemas.¹⁰⁷

¹⁰⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/Peer-to-peer>

3.1.4. Forma jurídica de la actividad profesional, dinámica de la prestación y mecánica de la remuneración

Debes saber cómo venderte y poner en valor tus capacidades. ¡Ah!... Y ser flexible.
Spot radiofónico de servicio público de la Cadena Cope

La investigación de la Fundación Autor y ALMA aporta datos significativos en relación a las pautas generales de regulación de la prestación laboral de los escritores audiovisuales, pero adolece, como en el conjunto de su estudio, de un análisis cualitativo que dote de significado sociológico a dichos datos. A través del trabajo de campo desarrollado en el curso de nuestra investigación y de la experiencia que hemos acumulado en los últimos años en el ámbito del guión televisivo, emerge un análisis más pegado a la realidad y más complejo. No obstante, ambas investigaciones resultan complementarias y en su cruce resulta posible no sólo construir el mapa de las formas de regulación de la escritura audiovisual en nuestro país, sino constatar la profunda mutación que ha afectado al mundo del trabajo en su conjunto en las últimas décadas, modificando la forma jurídica clásica de la prestación laboral, erosionando las relaciones salariales y alterando considerablemente la propia relación entre capital y trabajo. Desde este punto de vista, el régimen múltiple y dislocado de regulación de la relación entre organización empresarial y trabajador característico del universo de la producción de ficción televisiva, constituye un territorio privilegiado para el análisis de los vectores principales de la profunda transformación que han experimentado las dinámicas generales de regulación de las actividades laborales y de los mercados de trabajo en las últimas décadas.

En este sentido, los datos más significativos aportados al respecto por el estudio de referencia desvelan que el 77,6% de los guionistas españoles realiza su actividad laboral inscrito en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos

(RETA)¹⁰⁸ y solamente el 15,8% de los escritores empleados en la fabricación de contenidos de ficción televisiva recibe una remuneración sujeta formalmente a una relación salarial, mientras que el 61,4% de ellos obtiene sus honorarios únicamente por obra realizada, sujetos a un régimen permanente de intermitencia e irregularidad en la prestación laboral.

El primer elemento que se deduce de los datos reseñados es que la regulación de la relación entre el trabajador y la organización empresarial en los ciclos de producción de ficción televisiva presenta dos modalidades diferenciadas:

- a) Una *relación laboral* clásica regulada mediante un contrato de trabajo entre el demandante y el dador de empleo.

A tenor de los datos que nos han aportado las entrevistas que hemos realizado en el curso de nuestra investigación, así como nuestra participación directa en los ciclos productivos que constituyen nuestro objeto de estudio, esta modalidad de regulación se desarrolla a través de dos dinámicas fundamentales: *contratos fijos*, prácticamente inexistentes y puramente anecdóticos en el conjunto de las contrataciones que se operan en el sector de la producción de ficción televisiva; y *contratos por obra*, ligados a la suerte y las necesidades de los ciclos de fabricación del producto en el que el guionista desempeña su actividad.

- b) Una *relación mercantil de servicio* en la que el guionista, sujeto al estatuto jurídico de trabajador autónomo, vende sus servicios como

¹⁰⁸ Según consta en la página web de la Seguridad Social, el RETA ofrece cobertura a todo “trabajador por cuenta propia o autónomo que realiza de forma habitual, personal y directa una actividad económica a título lucrativo, sin sujeción por ella a contrato de trabajo y aunque utilice el servicio remunerado de otras personas, sea o no titular de empresa individual o familiar. Se presumirá, salvo prueba en contrario, que en el interesado concurre la condición de trabajador por cuenta propia o autónomo si el mismo ostenta la titularidad de un establecimiento abierto al público como propietario, arrendatario, usufructuario u otro concepto análogo.” (http://www.seg-social.es/Internet_1/index.htm)

escritor de contenidos televisivos a una empresa productora o a una cadena de televisión.

Esta modalidad, de carácter eminentemente hegemónico en el sector audiovisual, ubica la escritura de ficción televisiva en un espacio absolutamente diferente al de las relaciones laborales, originando que los trabajadores vean su figura profesional excluida de la tutela que tradicionalmente ofrecía el Derecho del Trabajo.

El hecho de que la mayoría de trabajadores del guión estén sujetos a la segunda modalidad de regulación, con una prestación laboral desvinculada jurídicamente de la empresa contratante y anclada en una relación explícita de servicio, formalmente de carácter no salarial, conecta con la pauta general de evolución del fenómeno del trabajo autónomo en nuestro país, marcada por un incremento considerable de dicho régimen laboral en la última década, así como por un peso cada vez mayor del mismo en el conjunto de la población activa en España. Según los datos de la Encuesta de Población Activa (EPA), en el año 2004 los trabajadores autónomos representaban el 10,9% de la fuerza de trabajo, mientras que en julio de 2010 la cifra ascendía ya a casi el 18% de los 17,78 millones de trabajadores asociados a la Seguridad Social.¹⁰⁹

Pese a que no existe dato estadístico alguno sobre la evolución de las diferentes formas de regulación jurídica de la actividad laboral específica de los escritores audiovisuales, a tenor de las entrevistas realizadas en el curso de nuestra investigación, así como de nuestra propia experiencia laboral en el sector, podemos avanzar que el caso concreto de los escritores de ficción televisiva observa la misma tendencia evolutiva que el conjunto del trabajo autónomo en nuestro país, con un crecimiento muy significativo en los últimos años:

¹⁰⁹ Para una aproximación más en profundidad del fenómeno del *trabajo autónomo en España* se puede consultar el inventario.

“Llevaba cuatro años empalmando contratos por obra en la misma serie, pero ahora me han obligado a hacerme autónoma”

[ENTREVISTA 6]

“Antes te hacían un contrato y te daban de alta y eso, pero ahora ya no. Yo llevo dos años como autónomo, con los líos de las facturas y eso... Bueno, y los palos de Hacienda (...) Por lo que yo sé cada vez somos más los que curramos como autónomos”

[ENTREVISTA 23]

El contexto productivo en el que se ha insertado el incremento del trabajo por cuenta propia en la última década ha estado marcado por la implementación general de una política empresarial de externalización de muchas de las tareas que antes se efectuaban en el interior de las empresas. Como ya hemos visto al abordar el mapa organizacional de la producción de contenidos para televisión, al final de los años ochenta la industria televisiva fue objeto de una intensa reestructuración que se apoyó en un proceso global de liberalización del sector audiovisual que incluyó el fin del monopolio del Estado y la emergencia de una oferta de servicio de televisión de carácter privado, eje desde entonces del desarrollo del sector. En el despliegue de ese proceso de reestructuración se puso en juego una división de la actividad empresarial entre dos sujetos diferenciados: las cadenas de televisión, responsables fundamentalmente de la emisión de los contenidos televisivos que hasta entonces fabricaban, y una galaxia de nuevas empresas de servicios audiovisuales, encargadas desde entonces de la creación y confección material de dichos contenidos. La descomposición de la actividad televisiva en dos parcelas diferenciadas, fabricación y emisión, descansó en un proceso paulatino de externalización de gran parte de las actividades productivas que tradicionalmente habían sido patrimonio de las cadenas, siguiendo una lógica de “aligeramiento” productivo que puso en juego una reducción generalizada de los costes mediante la subcontratación de servicios, la flexibilización gerencial de las condiciones y los procesos de trabajo y, en definitiva, una importante mutación en la estructura de las empresas televisivas capaz de dotarlas de

capacidad competitiva en un entorno de intensa multiplicación de la competencia, así como de peso cada vez mayor de la demanda.¹¹⁰

Conviene señalar que la centralidad de la demanda en el sector televisivo opera en dos niveles diferentes: por un lado, (1) las empresas encargadas de la fabricación de contenidos ven su tarea permanentemente modulada y monitorizada por la cadena-cliente que *demand*a sus servicios; por otro lado, (2) las propias cadenas de televisión y las empresas de servicios audiovisuales ven como su suerte se liga directamente al comportamiento y los gustos de los telespectadores entendidos como demandantes de programas. En este sentido, es interesante apuntar que el inicio de la centralidad del papel de los estudios de audiencias en nuestro país coincidió plenamente con el reseñado proceso de reestructuración del sector televisivo, marcado por el final del monopolio estatal del servicio de televisión y la emergencia de un mercado abiertamente competitivo. Dentro del carácter dual de la demanda en la producción de contenidos de ficción para televisión se distinguen tres tipos diferenciados de clientes y de relaciones de servicio: a) los *anunciantes*, que le compran a las cadenas de televisión espacios en su programación para la inserción de mensajes publicitarios; b) las *cadenas de televisión*, que le compran a las empresas productoras los contenidos con los que llenan sus parrillas de programación; y c) los *públicos*, que usan y consumen los contenidos que las cadenas de televisión emiten. En los últimos años, el desarrollo del trabajo autónomo en el sector ha convertido también a las *empresas productoras de contenidos televisivos* (d) en clientes de unos trabajadores formalmente transformados en “empresas unipersonales” y que antes operaban como fuerza de trabajo dentro de las propias empresas productoras, amparados por el Derecho del Trabajo y el marco jurídico de las relaciones laborales.

¹¹⁰ Para un mínimo análisis y definición del fenómeno del “aligeramiento productivo” se puede consultar la entrada “lean production” en el inventario.

Abordaremos críticamente el fenómeno de las llamadas “empresas unipersonales” en este mismo apartado. Ahora nos detendremos mínimamente a construir el vínculo directo entre las estrategias patronales de aligeramiento productivo en el sector televisivo y el desarrollo de políticas legislativas que intervinieron paulatinamente las relaciones laborales, amoldando los marcos jurídicos a las exigencias del proceso de aligeramiento gerencial. Es interesante apuntar en este sentido que dichas políticas legislativas constituyen un óptimo analizador del papel central de las políticas públicas en el desarrollo del neoliberalismo, al contrario de la opinión hegemónica en el seno de gran parte de la izquierda sindical y política que señala la oposición entre estado y mercado como la clave de comprensión del fenómeno neoliberal. Maurizio Lazzarato (2006b) apunta en este sentido el carácter anti-naturalista de la concepción del mercado inscrita en los planteamientos neoliberales: el mercado y la ley de la oferta y la demanda no son mecanismos naturales y automáticos, sino una construcción que necesita de una multiplicidad de intervenciones, fundamentalmente estatales, para existir y funcionar. Para que el *laissez faire* funcione es necesaria la intervención continua sobre las condiciones económicas y no económicas de su funcionamiento. En este sentido, es el estado quien pone en juego las leyes y las normas que abren la vía a la construcción neoliberal del mercado como sistema supuestamente “autorregulado”. De esta manera, el neoliberalismo no aparece como una lucha de la empresa y de los intereses privados contra el poder público, sino como un cambio en el modo de gobierno de las conductas que implica diferentes dispositivos de poder, entre los que el dispositivo legal/jurídico y la administración estatal están lejos de jugar un papel menor o subordinado.

La inclinación neoliberal de las políticas públicas en el mundo del trabajo tuvo su punto de inicio en la reforma laboral de 1984, que dio el pistoletazo de salida en nuestro país a la apuesta por la temporalidad en el empleo y por la intensificación de la empleabilidad de los trabajadores, confirmada con otra modificación del Estatuto de los Trabajadores en 1994. Pese a que la orientación de las sucesivas

políticas de los diferentes gobiernos posteriores en materia laboral, materializadas en diversas reformas concretas a partir de 1997, trató aparente y formalmente de moderar esa tendencia, la temporalidad en el empleo no ha dejado de aumentar, convirtiéndose en uno de los rasgos estructurales más significativos del mercado de trabajo en España. En el primer trimestre de 2007, por ejemplo, el 31,9% de los asalariados tenía en nuestro país un contrato eventual, lo que suponía más del doble de la media en la Unión Europea. Los principales afectados eran los jóvenes menores de 30 años, con una temporalidad que superaba el 50% de las contrataciones, y los trabajadores migrantes, con una temporalidad del 44%. La contratación de carácter temporal afectaba primordialmente a los contratos de baja cualificación: el 30% de ellos eran eventuales, frente al 17% de media en la Unión Europea. Sin embargo, la temporalidad en los contratos de trabajo que requerían una titulación superior también era reseñable: 23% de eventualidad, frente al 11% de media en el conjunto de la Unión Europea (Urioste, 2007; Europa Press, 2007). La elevada temporalidad tiene una relación directa con las estrategias de reducción patronal de los costes del trabajo: mientras la ganancia media anual en Madrid de los trabajadores contratados por tiempo indefinido eran 23.420 euros al año en 2001, la de los contratos por duración determinada era de 10.015 euros (López Calle, 2007). Es interesante observar que en los diez años siguientes a la aplicación de la reforma laboral de 1994 los beneficios empresariales crecieron en España un 73%, más del doble de la media de la Unión Europea, mientras que los costes laborales aumentaron únicamente un 3,7%, cinco veces menos que en la Unión Europea (Navarro, 2010).

Las estrategias productivas de las empresas han jugado un papel decisivo en el desarrollo de la inestabilidad laboral, dando lugar a un uso patronal de las medidas legislativas que contribuye decididamente a abaratar los costes laborales e incrementar la inseguridad para los trabajadores. Un ejemplo paradigmático de ello es el uso empresarial de la reforma laboral materializada en la Ley 43/2006, que limitó el encadenamiento de contratos temporales a un mismo trabajador a

un máximo de treinta meses. Precisamente fue el uso patronal de esta medida el que tuvo incidencia en la industria televisiva de nuestro país, determinando directamente una intensificación de la adscripción al estatuto jurídico del trabajo autónomo entre los trabajadores del sector, particularmente en el caso de los guionistas: ante la imposibilidad de alargar la rentabilidad que les ofrecía el encadenamiento de contrataciones temporales, las empresas productoras de contenidos y los canales de televisión iniciaron un proceso de redefinición del marco jurídico de la prestación laboral de una parte significativa de sus trabajadores, obligándoles a darse de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.¹¹¹ Pese a que la opacidad que recubre al sector televisivo en nuestro país nos hace carecer de datos concretos al respecto, nuestra experiencia laboral en el medio y nuestro contacto directo con la fabricación de ficción televisiva nos hizo constatar dicho fenómeno en tiempo real, observando una tendencia muy señalada hacia la redefinición generalizada del estatuto laboral de los guionistas a partir de la entrada en vigor de la Ley 43/2006.¹¹²

Como ya hemos apuntado anteriormente, esta sujeción de la fuerza de trabajo al estatuto jurídico del trabajo autónomo implica un uso gerencial del tiempo y de las competencias del trabajador que se vuelve hacia la concertación de un contrato comercial entre ambas partes y ya no a la instauración de una relación laboral formal. Dicha transformación desplaza, desde el ámbito de la empresa a la persona del trabajador, la responsabilidad de repartir de la mejor manera

¹¹¹ Aunque el estudio de la Fundación Autor y ALMA indica que un 25,4% de los guionistas de nuestro país cotizan a la Seguridad Social como asalariados, no ofrece datos sobre las modalidades de contratación en las que se materializa la relación laboral de la que participan. No obstante, tal y como ya hemos adelantado, la mayoría de la contratación de escritores audiovisuales en el sector televisivo tiene una naturaleza temporal, materializada predominantemente en contratos laborales por obra y servicio o en contratos comerciales de servicio que el trabajador suscribe una vez que se ha dado de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos. Entre aquellos guionistas de televisión sujetos a una relación laboral es común el encadenamiento de contratos por obra y servicio más allá de los treinta meses que indica la ley: *“Llevo en la serie un montón de años y siempre con el mismo contrato, por obra y servicio (...) Sé que es ilegal, pero a ver quién es el guapo que abre la boca”* [ENTREVISTA 9].

¹¹² Una explicación del contenido exacto y de las implicaciones de todas las reformas laborales que hemos citado se puede encontrar en: López Calle, 2010; Coscubiela y Rojo, 2012. Para una cronología detallada de las reformas laborales en España se puede consultar: <http://alturl.com/je84p>. Para un análisis detallado de la reforma laboral de 2012 se puede recurrir a: Guamán Hernández e Illueca Ballester, 2012.

posible sus esfuerzos entre la práctica del oficio, el perfeccionamiento de sus conocimientos y el establecimiento de una red profesional con sus colegas de profesión, todo ello bajo la amenaza permanente de la suspensión de su actividad y, por tanto, de su medio para la obtención de renta (Rolle, 2003a):

“(...) Antes no, pero ahora trabajo como autónomo. Yo qué sé... más riesgo, ¿no?, porque ahora para darte la patada no tienen ni que avisarte, ni que la serie vaya mal, basta que ya no te llamen y punto. (...) Por un lado tienes más libertad para organizarte, aunque luego en realidad no es así, pero por otro funcionas tú mismo como una empresa que tiene que facturar, controlar los rollos fiscales, que estás más desprotegido”. [Entrevista 12]

“Sí, estoy dada de alta como autónoma y le facturo a la productora por cada guión que escribo. Hombre, yo casi lo prefiero, porque es como si tuviera mi empresa... Curro en casa o donde me da la gana y me organizo como quiero, aunque me tenga que buscar la vida yo, claro”.

[Entrevista 14]

A tenor de estas apreciaciones, dos son las principales consideraciones que se deducen de la naturaleza del desarrollo del trabajo autónomo entre los guionistas empleados en la producción de contenidos de ficción para televisión:

1. Pese a lo extendido de la identificación del trabajo autónomo con el fenómeno del autoempleo, que sustituiría hipotéticamente la subordinación del trabajador a un empleador y se apoyaría en la supuesta capacidad del operario para generar oferta de trabajo, dicha identificación resulta poco satisfactoria y no es aplicable al fenómeno del trabajo autónomo en su totalidad.¹¹³ La proliferación de dicha modalidad de prestación laboral en el sector televisivo no se proyecta desde el trabajador, sino que aparece abiertamente como una estrategia patronal en la mayoría de los casos: no se presenta como obra de la capacidad del

¹¹³ Para un análisis que identifica y establece el sinónimo entre trabajo autónomo y autoempleo se puede consultar: Cuadrado, Iglesias, Llorente y Núñez (2004); y Cuadrado, Iglesias y Llorente (2005).

trabajador para generar oferta de trabajo, sino como imposición del empleador, que sigue ostentando la propiedad y el control sobre dicha oferta.

Por otro lado, los análisis que mantienen que el trabajo autónomo constituye predominantemente una situación profesional “refugio” que opera como recurso para trabajadores que han sido expulsados del mercado de trabajo (Cuadrado y Del Río, 1993; Bögenhold y Staber, 1991), fundamentalmente durante períodos de recesión económica, encuentran en el caso de los escritores audiovisuales un analizador que pone en cuestión dichos planteamientos, evidenciando no sólo la disociación del fenómeno del trabajo autónomo con la pérdida de empleo, sino su carácter de herramienta empresarial para la precarización de las condiciones y cualidades del empleo ya existente. Al mismo tiempo, los análisis que señalan que el trabajo autónomo cumple una función de transición dentro del mercado de trabajo, operando como vía inicial de acceso al empleo para ciertos colectivos (Cuadrado, Iglesias, Llorente y Núñez, 2004; Cuadrado, Iglesias y Llorente, 2005), encuentran en los profesionales del guión un sujeto que contradice abiertamente dicho planteamiento. El trabajo autónomo no aparece en el caso de los guionistas de televisión como un elemento de transición ni de acceso inicial al mercado de trabajo, sino como una dinámica de regulación de la actividad laboral y un estatuto jurídico de carácter tendencialmente continuo y sistemático.

2. No obstante, y pese a que los escritores audiovisuales señalen los límites que presentan las analogías entre el trabajo autónomo y la autoempresarialidad, el estatuto de trabajador autónomo y la lógica productiva que se activa a su alrededor convierten al guionista en una figura que adquiere rasgos y funciones empresariales. En primera instancia, el trabajo autónomo altera la diferencia entre el sujeto y la empresa, reconfigurando formalmente la distancia existente entre trabajo

y capital: el escritor audiovisual deviene él mismo una especie de capital fijo que debe ser permanentemente reproducido, modernizado, ampliado y valorizado (Gorz, 2003). Se trata de algo que ya hemos apuntado al hablar de las dinámicas y los recorridos formativos de los guionistas, la emergencia de un devenir empresarial que se apoya no solamente sobre la base de una gestión por objetivos de su actividad, sino en la experiencia de la gestión de su propia fuerza de trabajo como capital fijo viviente. De esta manera, el trabajador del guión muta en *empresario de sí*: él mismo es tanto el capital que valoriza, como la mercancía que oferta en el mercado. Así, la empresarialidad se articula como potencialidad para el guionista a partir de la independencia relativa en la gestión de su actividad laboral, así como de su propia iniciativa y valorización de las condiciones sociales de su reproducción (Corsani, Lazzarato y Negri, 1996). La fenomenología de la vivencia por parte del trabajador de esta cualidad empresarial, así como las articulaciones subjetivas que se derivan de ella, se proyectan desde cuatro esferas diferentes e interrelacionadas de asunción por parte de los escritores televisivos tanto de elementos de la función empresarial, como de la racionalidad asociada tradicionalmente al capital fijo:

I. Esfera de la organización

La organización de la empresa audiovisual basada en una política generalizada de aligeramiento productivo genera una “desmaterialización” de las compañías, concretada en una pérdida de centralidad de su capital fijo y en un trasvase de la cualidad del mismo hacia sus trabajadores, verdaderos activos reales de las empresas. De esta manera, los tradicionales activos físicos (infraestructuras y maquinaria) dejan de constituir el recurso crítico para la organización empresarial. La fuerza de trabajo en tanto que capital humano, al igual que una óptima red de proveedores de servicios o de socios comerciales con los que

compartir tecnología e infraestructuras, constituyen los factores críticos para el desarrollo de la actividad productiva (Rajan y Zingales, 2000). Pese a que recursos como el conocimiento, las ideas y las estrategias resultan más difíciles de controlar por parte de la gerencia, son precisamente los “trabajadores mentales” y demás empleados especializados los que proporcionan a la compañía la capacidad de crecimiento rentable: los trabajadores no son autómatas encargados de manejar activos físicos, sino activos valiosos en sí mismos (Rodríguez González, 2003).¹¹⁴ Las empresas productoras de contenidos para televisión encarnan paradigmáticamente este modelo: carecen mayoritariamente de infraestructuras (estudios y platós de grabación), subcontratan los recursos técnicos y la maquinaria y basan la suerte de su actividad en la creación solvente de contenidos y formatos televisivos por parte de sus trabajadores creativos.

Por otro lado, tal y como veremos cuando abordemos el análisis de la organización del trabajo en la escritura de series de ficción para televisión, la autonomía relativa de la que dispone el escritor audiovisual, así como el control que ejerce sobre su proceso de trabajo, contribuyen a que el trabajador asuma funciones empresariales en la organización y la supervisión de su propia actividad, tradicionalmente patrimonio de la gerencia.

Al mismo tiempo, la temporalidad en el empleo y la intermitencia en la prestación, así como la inseguridad implícita en el estatuto de trabajador autónomo, se constituyen en estrategias de control y de gobierno de la fuerza de trabajo cognitiva y creativa. La configuración de una condición precaria para el trabajador es el elemento clave en este sentido, en un contexto sectorial determinado por un mercado de trabajo caracterizado por un

¹¹⁴ Para un análisis de los “trabajadores mentales” y del denominado “capitalismo cognitivo” se puede consultar la entrada “trabajadores cognitivos” en el inventario.

exceso de efectivos que determina un desequilibrio permanente entre oferta y demanda, lo que permite a las empresas favorecer “la competencia por abajo” (competencia de los costes y no de los proyectos), es decir, poner en juego un mecanismo permanente de reducción de los costes de la fuerza de trabajo (Corsani, Lazzarato y Negri, 1996).

II. Esfera de la regulación y la remuneración

La sustitución generalizada de la relación laboral entre empresario y trabajador por una relación de servicio organizada por proyectos y fijada por objetivos, altera la relación material entre capital y trabajo, convirtiendo al operario en un agente que ya no alquila su fuerza de trabajo al empleador a cambio de un salario, sino que le vende un servicio en el desarrollo de una relación comercial. Pese a que, tal y como veremos más adelante, la nueva cualidad de la relación entre el empleador y el operario se presenta plagada de contradicciones y sujeta a arbitrariedades que en muchas ocasiones ocultan una relación laboral implícita, el trabajador asume en el nuevo escenario el coste de la reproducción de su fuerza de trabajo, así como la organización de la conversión de la misma en trabajo efectivo, factores tradicionalmente asociados a la función empresarial.

Como ya hemos visto con anterioridad, en el modelo clásico de relaciones laborales la parte del capital que el empresario invierte en la compra de la fuerza de trabajo, es decir, el salario que le paga al trabajador, constituye el capital variable. En este modelo, el salario es la expresión monetaria del valor de la fuerza de trabajo y mediante su pago el empresario asegura la reproducción de la misma. En el caso de las relaciones mercantiles entre trabajador y empresario, sin embargo, el coste de la reproducción de la fuerza de trabajo cae del lado del propio trabajador,

liberando al empresario de tal responsabilidad.

Al mismo tiempo, la nueva cualidad de la relación entre el trabajador y el empleador, ahora definido como cliente, afecta directamente a la propia naturaleza de la remuneración: la relación salarial entre ambos es sustituida por el pago puntual por un servicio demandado y realizado. Esta diferencia en la naturaleza de la remuneración encaja en la distinción clásica entre *salario*, como precio del trabajo que se compra y se vende en el mercado, y el *honorario*, que recompensa un servicio en la órbita de las llamadas profesiones liberales. En el contrato de trabajo, es el valor abstracto del trabajo (el importe del salario) el que está en el centro de la relación jurídica, mientras que el producto concreto del trabajo es relegado fuera de la esfera del intercambio y es, desde el principio hasta el final de la ejecución del contrato, responsabilidad exclusiva del empleador. Por el contrario, en el ejercicio de una profesión liberal, son la naturaleza particular del servicio prestado y la responsabilidad del profesional los elementos que configuran la relación jurídica, mientras que el valor mercantil de dicho servicio es relegado a los márgenes de la relación (Supiot, 2000).

La crisis de la forma salario designa una mutación de la naturaleza de la retribución: ya no remunera una potencia (capacidad de trabajo), sino que paga por un acto (trabajo realizado). En el desarrollo de esta nueva dinámica de remuneración la distancia con el modelo salarial se ve aumentada por el hecho de que el trabajador debe facturar el cobro de sus servicios, así como gestionar sus ingresos, sus gastos y sus recursos financieros siguiendo una lógica semejante a la de cualquier agente empresarial. Además, la remuneración que percibe el escritor audiovisual empleado en la fabricación de contenidos de ficción televisiva posee un carácter múltiple y ampliado: su renta no se

constituye únicamente por las retribuciones que obtiene del cliente que le contrata sus servicios, sino que se compone también de los ingresos provenientes del cobro de los derechos de autor que le corresponden a partir de su participación en la confección de los guiones que son objeto de reproducción y emisión televisiva.¹¹⁵ Este carácter múltiple y complejo de las retribuciones, unido al devenir discontinuo del ingreso y a la necesidad de una gestión de la renta capaz de una práctica del ahorro que garantice la solvencia económica en los períodos de ausencia de actividad remunerada, no sólo altera notablemente el clásico esquema divisorio entre trabajadores, que consumirían la totalidad de su renta, y empresarios, que no consumirían más que una fracción, sino que convierte al trabajador del guión en propietario de un ahorro que no opera únicamente como garante de su supervivencia, sino que constituye también un capital productivo que suele ser invertido en equipos telemáticos, consumo cultural, formación, etc.¹¹⁶ Desde este punto de vista, trabajador y empresario comparten formalmente un aparente suelo patrimonial común: el escritor audiovisual no sólo posee los medios de producción, su cerebro y su computadora, sino que el fondo de capital-dinero pertenece tanto a los trabajadores como a los empresarios (Corsani, 2008).¹¹⁷ Esta mutación en la dinámica clásica de relación entre capital y trabajo posee un carácter

¹¹⁵ Para un análisis del derecho de autor se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario de campos y términos.

¹¹⁶ La base del esquema clásico al que hacemos referencia es el teorema de Kalecki: “los capitalistas ganan lo que gastan, mientras que los trabajadores gastan lo que ganan” (Kalecki, 1991). Evidentemente, en el desarrollo de multitud de configuraciones históricas y geográficas del capitalismo, las luchas por el salario, directo e indirecto, han propiciado la elevación de las remuneraciones muy por encima de los niveles de subsistencia, lo que hace que muchos trabajadores no se gasten lo que ganan. Al mismo tiempo, la financiarización de la economía y de la vida, con el crecimiento vertiginoso del crédito al consumo como elemento destacado, ha propiciado que el teorema de Kalecki pierda operatividad: no da cuenta del dinero que el trabajador gasta incluso sin ganarlo.

¹¹⁷ Para una definición del concepto “capital-dinero” se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

decisivo, puesto que contribuye a alterar y dislocar las formas de subjetivación y de constitución de sí tradicionalmente adscritas a los trabajadores, tal y como veremos más adelante en palabras de los propios guionistas.

III. Esfera de la cualidad de la actividad

Acabamos de apuntar que el guionista está en posesión de los medios de producción que intervienen en el desarrollo de su actividad profesional. Como hemos señalado en páginas anteriores, el escritor de televisión, en su condición de trabajador cognitivo, tiene en su propio cerebro su medio de producción fundamental y en el conocimiento y las facultades mentales no sólo la materia prima básica de su actividad productiva, sino una suerte de capital fijo que, por su encarnación cerebral y su carácter inseparable de la corporeidad del propio trabajador, convierte al guionista en el portador de una especie de “capital fijo humano”.¹¹⁸ Es precisamente la combinación de la naturaleza cognitiva de la escritura para televisión y de la naturaleza particular de la estructura productiva del sector televisivo la que subraya la condición de capital fijo de los guionistas: la industria de fabricación de contenidos para televisión en nuestro país descansa sobre una densa galaxia de pequeñas y medianas empresas. Estas empresas se caracterizan por procesos de desmaterialización del capital fijo que transfieren las funciones productivas y organizacionales del mismo al cuerpo viviente de la fuerza de trabajo. La mayoría de las productoras de televisión apenas cuentan con bienes materiales fijos, puesto que suelen

¹¹⁸ Evidentemente, la escritura audiovisual emplea, junto con el cerebro del guionista, la computadora como medio para la fabricación de sus textos. Todos los escritores entrevistados en el curso de nuestra investigación declararon estar en posesión de una computadora personal que utilizan asiduamente para la confección de sus guiones televisivos. En este sentido, se trata de un medio de producción que generalmente también es propiedad del trabajador.

alquilar equipos y subcontratar servicios técnicos en función de los proyectos puntuales que encaran.

Esta desmaterialización y transferencia del capital fijo produce que las empresas se liberen de los costes de amortización que se derivan de la inversión en maquinaria, así como que aumente considerablemente la liquidez de la que disponen. Una de las consecuencias fundamentales de esta dinámica es la financiarización creciente de la economía a través de la utilización de esa liquidez liberada de los procesos productivos para aumentar el valor financiero del capital. De esta manera, resulta interesante observar cómo el desarrollo del trabajo cognitivo y la financiarización de la economía van de la mano: desde 1999, coincidiendo con el boom de la producción de contenidos seriales de ficción televisiva en nuestro país, las principales empresas españolas de comunicación iniciaron un proceso de intensificación de su capitalización que incluyó su entrada en los mercados de valores. La primera compañía en cotizar en bolsa fue Sogecable, dueña por aquel entonces de la cadena Canal Plus y propiedad del Grupo PRISA. El propio Grupo PRISA comenzó a cotizar en bolsa en 2000, al igual que el Grupo Recoletos. Las cadenas privadas generalistas con emisión en abierto en esos años siguieron la misma estela: Antena 3 comenzó a cotizar en bolsa en 2003 y Telecinco un año más tarde. Actualmente, y tras la fusión de las cadenas Telecinco y Cuatro en 2009, el Grupo Gestevisión Telecinco cotiza en el parqué y controla Sogecable y nueve canales de TDT, así como el 75% de la productora de contenidos para televisión ENDEMOL. Por su parte, el Grupo Vocento, propietario de acciones en importantes empresas productoras de contenidos para televisión como Videomedia, BocaBoca o Europroducciones, cotiza en el mercado de valores desde 2006. Al mismo tiempo, en 2008 la corporación 3i adquirió el 40% de

acciones de la productora de televisión Boomerang, con una estrategia planificada de colocar a la empresa en bolsa tras un período de saneamiento de la compañía.

Amén de este proceso generalizado de financiarización, uno de los resultados más significativos de la desmaterialización productiva de las empresas es el hecho de que sus trabajadores cognitivos, motor de la invención y del desarrollo de proyectos, se convierten en su capital fijo más significativo. Se trata de una modalidad productiva de corte *antropogenético*: un tipo de producción “del hombre por el hombre” (Marazzi, 2007), en la que el capital fijo está constituido por el conjunto de relaciones sociales y de vida, así como por las prácticas de producción y de adquisición de información que, sedimentándose en la fuerza de trabajo, son luego activadas a lo largo del proceso productivo (Marazzi, 1999). El cuerpo de los guionistas, más allá de su función de recipiente de la capacidad de trabajo, funciona como contenedor de las funciones típicas del capital fijo, de los medios de producción en tanto que sedimentación de saberes, de conocimientos adquiridos, de gramáticas productivas, de experiencias, es decir, de trabajo pasado. Desde este punto de vista, la deriva antropogenética implica que el trabajador contiene a la vez las funciones de capital fijo y de capital variable, es decir, de material y de herramientas de trabajo pasado y de trabajo vivo presente.¹¹⁹ La definición de la fuerza de trabajo como la suma de capital variable y de capital constante, no sólo constituye una capitalización del trabajador que coloca de su lado funciones propias del empresario, sino que posibilita a éste último un ahorro considerable en costes de producción.

¹¹⁹ Para una definición y una problematización de la noción de *trabajo vivo* se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

Dos son las determinaciones sociológicas fundamentales que se derivan de esta crucial capitalización de los trabajadores dedicados a la escritura de contenidos de ficción televisiva. La primera es que la encarnación del capital fijo en el trabajador, el hecho de que su cuerpo contenga el medio de producción, descrito como maquinaria en los análisis clásicos de los procesos productivos propios de la industria tradicional, genera una transformación de la naturaleza de la propia maquinaria: la máquina pasa de ser un elemento físico a convertirse en un elemento humano, describiendo con su movimiento el pasaje del capital físico al capital humano, que encarna y describe a su vez la transformación de la acumulación económica en *acumulación bioeconómica* (Fumagalli, 2007).¹²⁰

La segunda determinación es, precisamente, que la expresión *capital humano*, más allá de su carácter de artefacto ideológico de las estrategias gerenciales y de las políticas neoliberales, encuentra su sentido en un contexto de producción bioeconómica caracterizado, como hemos visto, por la desmaterialización del capital fijo y la transferencia de sus funciones productivas y organizativas al cuerpo vivo de la fuerza de trabajo. El carácter netamente sistémico y patronal de este movimiento clave se demuestra en el hecho de que lejos de ser el capital el que se “humaniza”, es el ser humano el que se convierte en plenamente “capitalizable”.

IV. *Esfera de las formaciones y de los aprendizajes*

Ya hemos señalado en páginas anteriores que la transferencia de la responsabilidad de la formación y los aprendizajes a la fuerza de trabajo, combinada con su carácter continuo a lo largo de la

¹²⁰ Para un desarrollo de la idea de humanización de la maquinaria se puede consultar la entrada “humanos-máquina” en el inventario. Igualmente, hay una definición de la bioeconomía en su entrada correspondiente en el inventario de términos.

vida, convierte los saberes y los conocimientos en una especie de capital fijo que el trabajador acumula en el desarrollo de una producción *de sí* que, operando bajo una lógica de actividad empresarial *sobre sí* mismo, encuentra en la inversión *en sí* la piedra de toque de un verdadero proceso de capitalización integral de su persona. En este sentido, apuntábamos también el carácter productivo que en este contexto formativo cobran las actividades de consumo de bienes y servicios culturales, borrando la barrera tradicional entre ocio y trabajo, así como sacando la experiencia formativa de los estrictos marcos de la formación escolar y académica, convirtiéndola en una acumulación ininterrumpida de *capital cultural* (Bourdieu, 1979a y 1994) por parte del trabajador.¹²¹

Desde este prisma, el movimiento en el que se inscribe nuestra propuesta de análisis de la cuestión formativa tiene como punto de partida una concepción multidimensional del concepto de capital que lo arranca de la mera dimensión económica, al mismo tiempo que, paradójicamente, sitúa el punto de llegada del trayecto analítico en una economización de todas sus dimensiones, al describir el potencial carácter capitalizable de la vida en su conjunto y, por tanto, la naturaleza bioeconómica del capital escolar y del capital cultural que se acumula en la fuerza de trabajo. Esta acumulación continua de capital se sedimenta en el cuerpo vivo del propio trabajador, dando lugar a una fuerza de trabajo que encarna al mismo tiempo las cualidades del capital variable y de un capital fijo de carácter humano: la fuerza de trabajo está conformada por el conjunto de competencias pasadas y de trabajo vivo presente sobre el que hay que invertir para aumentar su crecimiento económico.

¹²¹ Para una definición y problematización del concepto de *capital cultural* se puede consultar el inventario. Entrada: “capital cultural, habitus, capital subcultural”.

Desde este punto de vista, el capital cultural de los escritores de televisión no sólo ostenta la cualidad de capital fijo en el proceso productivo, sino que tiene un *carácter incorporado* y es indistinguible del propio trabajador. Pierre Bourdieu ofrece un razonamiento fundamental en este sentido: “La mayor parte de las propiedades del capital cultural pueden deducirse del hecho de que en su estado fundamental *se encuentra ligado al cuerpo y supone la incorporación*. La acumulación del capital cultural exige una *incorporación* que, en la medida en que supone un trabajo de inculcación y de asimilación, consume *tiempo*, tiempo que tiene que ser invertido *personalmente* por el ‘inversionista’ (...) El trabajo personal, el trabajo de adquisición, es un trabajo del ‘sujeto’ sobre sí mismo (se habla de *cultivarse*). El capital cultural es un tener transformador en ser, una propiedad hecha cuerpo que se convierte en una parte integrante de la ‘persona’” (Bourdieu, 1979b). Son precisamente el carácter de “inversionista” del trabajador, por usar la misma terminología de Bourdieu, así como el carácter de inversión que ostenta la formación de la fuerza de trabajo y su materialización en un capital fijo encarnado en el propio trabajador, los elementos que sitúan al escritor de ficción televisiva en un reseñable registro de lógica empresarial en la producción y gestión de sí.

Junto a esta naturaleza inversionista de la formación, en las últimas páginas hemos venido definiendo una gama fenomenológica de elementos que describen la asunción de un devenir empresarial por parte de los guionistas ocupados en la fabricación de series de ficción para televisión. Como hemos visto, dichos elementos afectan a cuatro esferas diferentes de la experiencia profesional de los trabajadores del guión: la organización del trabajo, los recorridos formativos y los aprendizajes, la regulación y remuneración de la actividad profesional, así como la propia cualidad de dicha actividad. El giro empresarial y los procesos de

capitalización descritos a partir de estas cuatro esferas se apoyan determinantemente en la centralidad que ostenta para el escritor televisivo la categoría de proyecto, tanto desde un punto de vista general, relativo al despliegue de la dinámica productiva propia de la fabricación de contenidos seriales de ficción televisiva, como desde un prisma particular, centrado en el desarrollo de su propia labor profesional:

“Aquí trabajamos por proyectos, cada serie es un proyecto independiente, con su equipo, sus necesidades y su autonomía para organizarse. Sí tenemos muchas cosas en marcha, pues verás que por aquí pasa mucha gente, que hay mucho lío y movimiento. Pero hay otras épocas en las que la cosa está más tranquila y estamos los justos”.

[Entrevista 2]

El proyecto como piedra de toque de la organización de la producción posee una naturaleza compleja y ambivalente. Desde el punto de vista del trabajador, opera como mimbres idóneo de una relación puntual con el empleador que responde a un emprendimiento que tiene lugar durante un tiempo limitado y que persigue la consecución de un resultado único, lo que acentúa la posibilidad de una relación mercantil entre ambos en la que el trabajador asume trazos empresariales en la gestión de sí y da lugar a una inestabilidad profesional reseñable. Desde el punto de vista de la empresa, la gestión por proyectos otorga un grado elevado de flexibilidad en la gestión de los recursos y permite la consecución de una planificación y un aligeramiento productivo ligado directamente a los proyectos concretos que se gestionan. La figura del proyecto no sólo resulta clave en la materialización de los parámetros y la orientación general del modelo productivo del que venimos dando cuenta, sino que muestra el carácter eminentemente ambivalente del mismo: el trabajador encuentra en la gestión por proyectos un espacio de incertidumbre ligado a la inestabilidad de la prestación y del acceso a la renta y, al mismo tiempo, una precondition idónea para un devenir empresarial susceptible de convertirse en experiencias potenciales de autoderminación profesional y de autoorganización de su actividad; el empleador, por su parte, usa

la racionalidad asociada al desarrollo por proyectos para imponer al trabajador la intensidad de una flexibilidad basada en relaciones coyunturales, así como en una intermitencia en la prestación y una alta movilidad laboral, bases hipotéticas para una precarización del trabajo que le resulte altamente favorable. En este sentido, la acción precarizadora del empleador limita y sujeta la posibilidad de autoorganización y autonomía del trabajador: la precarización del trabajo se presenta directamente como mecanismo de control patronal del escritor televisivo. De esta manera, el caso de la escritura de contenidos de ficción televisiva señala la incongruencia de todo análisis que naturalice el fenómeno de la precariedad, subrayando el carácter de dispositivo de poder de los procesos de precarización.

A partir de estas premisas, la organización por proyectos funciona como dato que organiza los ciclos productivos en la fabricación de ficción televisiva, orientando la estructura organizativa de las productoras de televisión: la composición de una serie de proyectos en torno a la confección de productos diferentes y que integran a operarios diferenciados es la premisa de la organización productiva. Los proyectos se caracterizan por tener un principio y un final: las series de ficción se suceden y reemplazan, recomponiéndose, según prioridades y necesidades, los grupos o equipos de trabajo que las fabrican. Tal dinámica organizativa remite a la necesidad de hacer frente por parte de las empresas a la incertidumbre que preside el sector. Cuando se pone en marcha un proyecto su suerte y desarrollo vienen determinados tanto por el comportamiento de los telespectadores, como por las estrategias de programación de la cadena-cliente en un entorno altamente competitivo. Por esa razón, las productoras tratan de constituir combinaciones de factores y equipos efímeros centrados únicamente en la realización de un único producto, dotándose de esa manera de una capacidad de reacción que les posibilite respirar con el mercado en todo momento.

Desde el punto de vista de la gerencia de las compañías, la base de una forma de organización productiva de este tipo es la necesidad de dar cuenta de un doble problema de incertidumbre:

- a) Cómo afrontar la fabricación de productos seriales, a la vez formalmente únicos y prototípicos, con un nivel de costes de producción lo más reducido posible.
- b) Cómo asegurar la viabilidad organizativa general de una empresa que fabrica productos de contenido diferenciado y singular en un contexto en el que la demanda es versátil y el éxito de mercado muy aleatorio.¹²²

La respuesta por parte de las productoras de televisión viene dada por una arquitectura móvil capaz de asegurar tres factores fundamentales:

- Una dinámica de empleo de la fuerza de trabajo en base a la contratación de un personal capaz de adaptarse rápidamente a las tareas exigidas.
- Un sistema rápido de información sobre las aptitudes del personal disponible.
- Una reducción notable de los costes fijos y de los gastos de administración e inversión. La modulación de los costes fijos en función de cada proyecto implica recurrir sistemáticamente a una modalidad de contratación puntual y por obra de casi la totalidad de la fuerza de trabajo, así como subcontratar servicios a otras empresas o particulares.

¹²² Zallo (2007) señala la versatilidad de la demanda y lo incierto de los mercados como datos comunes al conjunto de las industrias culturales: “Hay una incertidumbre sobre el resultado de la puesta en valor. (...) Como es una economía con incertidumbre de demanda, tiene mucha importancia precisamente la búsqueda de fórmulas para gestionar la incertidumbre”.

El resultado de dicha política organizativa es una flexibilización de los procesos y de los regímenes de la prestación laboral que se proyecta siguiendo los intereses empresariales y prescindiendo del punto de vista y la situación del trabajador: flexibilidad en la demanda de trabajo y, consecuentemente, en la fijación de la remuneración del mismo (Lara, 2003). Desde esta perspectiva, se asiste a la consecución gerencial de un máximo de adaptación del grado de utilización de la fuerza de trabajo a las exigencias de la empresa, de tal manera que ésta pueda mostrarse competitiva en su adaptación a las oscilaciones de la demanda, ya provengan de la cadena-cliente o de los telespectadores, así como a los requerimientos de actualización productiva de un mercado tan inestable como el televisivo. El objetivo, por tanto, es combatir cualquier tipo de límite a la posibilidad gerencial de decidir unilateralmente sobre la organización del trabajo:

“Hoy me encuentras aquí, pero mañana a lo mejor no, porque todo depende de cómo vaya la serie y de si la gente la sigue viendo, claro”.

[Entrevista 7]

“Yo tengo ahora la suerte de que esta serie va bien, pero otras veces no es así, la mayoría de las veces, y es mucha incertidumbre, porque en cualquier momento vas a la calle y eso lo sabes”.

[Entrevista 9]

Esta flexibilización establecida desde el interés empresarial se traduce en inseguridad manifiesta para el trabajador, lo que precisamente permite una mayor seguridad y adaptabilidad de la gerencia frente a las fluctuaciones del mercado. Su significado relaciona directamente inseguridad del trabajo con seguridad en la gestión económica, así como determina biografías profesionales marcadas por una “continua discontinuidad” en la prestación laboral:

“(...) Estuve en otra productora un año y medio, en un programa de entretenimiento, y luego en otra en un proyecto de serie que no salió. Luego pasé por aquí, pero la serie en la que estaba no funcionó, así que estuve unos meses cobrando el paro, hasta que me salió esto. Yo creo que desde que empecé en esto, no he estado más de un año en el mismo sitio como mucho”. [Entrevista 8]

“(...) Puf... un montón, te mueves un montón, porque nunca sabes cómo van a ir las cosas con la audiencia y cuánto va a aguantar la cadena si las cosas no van bien, porque al final todo depende de eso. Yo he estado en dos productoras ya y en otra estuve como tramista también, así, de una serie a otra o al paro, que eso agobia un montón porque no sabes qué va a pasar, si te va a salir algo o no, pero por suerte me han ido saliendo cosas”.

[Entrevista 10]

La exigencia de flexibilidad propia de un sistema de producción organizado por proyectos implica para la empresa el acceso a una mano de obra en permanente estado de disponibilidad. Este tipo de organización conlleva una reorganización rápida y permanente de los factores de producción y conduce a una discontinuidad imprevisible en el ritmo de la actividad (Menger, 1991). En un contexto productivo de este tipo, la intermitencia en la prestación laboral aparece para el guionista de ficción televisiva como dato constante de su desarrollo profesional.

El fenómeno de la intermitencia de un trabajador implica formalmente la facultad de contratar sucesiva o simultáneamente sus servicios con diferentes empleadores: la relación de empleo cesa cuando finaliza la actividad concreta para la que ha sido contratado el trabajador. Esta dinámica de empleo implica como ninguna otra un máximo de flexibilidad, conllevando que el desarrollo normal de un sujeto en régimen intermitente se presente como una sucesión de episodios de actividad remunerada y periodos de inactividad profesional (Menger, 2005). Al mismo tiempo, el régimen de intermitencia protagonizado por una fuerza de trabajo movilizadora por proyecto, muy diversa en cuanto a su cualificación y sus trayectorias de acceso a la actividad, desata en numerosos casos un verdadero proceso de desprofesionalización, con salidas y entradas constantes en el ejercicio de la actividad guionística:

“No, ahora no estoy trabajando como guionista, porque se terminó la serie en la que estaba y me tuve que buscar la vida. Así que estoy de script en otra serie que hace otra productora, pero en cuanto

pueda quiero volver a escribir, porque es lo que de verdad me gusta”.

[Entrevista 11]

“Se terminó esa serie y me tuve que poner a trabajar de redactora de un programa del corazón, fue espantoso... (risas). Luego volví a trabajar como guionista en una serie que no estaba muy allá, por eso duró poco y me tuve que poner a ayudar a mi hermana, que tiene una librería, para sacarme unas pelas y poder pagar el alquiler y sobrevivir. Pero no me desconecté de la tele y enseguida me salió esto, por suerte ya llevo casi dos años escribiendo aquí”.

[Entrevista 9]

Tanto el carácter intermitente de la prestación como la deriva de desprofesionalización que amenaza permanentemente a los guionistas se ponen de manifiesto en los datos que aporta el estudio de la Fundación Autor y ALMA en relación al grado de dedicación a la escritura audiovisual: solamente un 20,1% de los escritores consultados declaraba dedicarse exclusivamente a la actividad profesional de guionista, mientras que un 59,7% compatibilizaba dicha actividad con el ejercicio de otras actividades laborales y el 17,4% manifestaba haber dejado de escribir guiones de forma habitual y ejercer una profesión ajena a la escritura audiovisual.¹²³ La distribución de los ingresos de aquellos profesionales que compatibilizan su actividad guionística con otros trabajos también resulta significativa en relación al nivel de desprofesionalización de los mismos: un 46,5% declara que los ingresos como guionista constituyen únicamente un 20% de sus ingresos totales, mientras que sólo un 10,1% manifiesta que lo que cobra como escritor audiovisual representa más del 80% de sus retribuciones.

Sin embargo, la dinámica de la remuneración posee para nuestro análisis una importancia más cualitativa que cuantitativa: tal y como hemos visto con anterioridad, la forma de la remuneración adquiere una cualidad que se separa de las características tradicionales de la relación salarial. Para los guionistas de

¹²³ Según el estudio de la Fundación Autor y ALMA, las actividades con las que se compatibiliza la de guionista pertenecen a los siguientes ámbitos: sector audiovisual (71,7%); otras actividades artísticas –musicales, plásticas, escénicas, etc.- (18,8%); empresa privada en sectores ajenos al audiovisual (18,5%); publicidad (12,5%); función pública (6%); y gestión cultural (4,6%).

ficción televisiva, estén sujetos a una relación laboral formal o posean el estatuto de trabajadores autónomos, la forma salario clásica no se ajusta a la realidad de las dinámicas de remuneración de su actividad, al menos por dos razones:

1. La remuneración responde en muchos casos a la distribución mensual del pago por guión finalizado, cuyo precio está determinado por contrato: a muchos guionistas se les paga en realidad cada guión que escriben, no se les fija un salario mensual estipulado. Cuando dentro del ciclo productivo los guionistas deben realizar el denominado “trabajo de pizarra”¹²⁴ se establece una remuneración diferente para dicho período de prestación laboral que es resultado de una negociación con la dirección de producción.
2. Al mismo tiempo, como ya hemos señalado en páginas anteriores, los guionistas son remunerados por las sociedades de gestión de derechos de autor en base a los porcentajes estipulados por la emisión televisiva de los guiones en cuya fabricación han participado. La Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) realiza dos pagos anuales a los guionistas registrados en dicha institución de gestión. Además, los trabajadores del guión recibían hasta diciembre de 2011 un porcentaje fijado aleatoriamente por la SGAE en materia de canon por copia privada de CD o DVD.¹²⁵

Esta dinámica particular de la remuneración, fruto de la combinación del cobro de derechos de autoría y del ingreso por trabajo realizado, se inserta en un proceso general de individualización de las relaciones laborales especialmente marcado en el caso de los escritores de televisión: la retribución se individualiza y se disocia del puesto de trabajo, perdiendo sus connotaciones de sector o de industria, para transformarse en remuneración individual que paga un servicio.

¹²⁴ Profundizaremos más delante en la descripción del fenómeno de la pizarra en el proceso de trabajo de los guionistas. Ahora nos limitaremos a señalar que se trata de la actividad de distribución por capítulos de las tramas y los personajes, incluida su evolución en continuidad, que componen el contenido de una temporada de la serie, generalmente trece episodios.

¹²⁵ Para más información sobre el canon por copia privada en España se puede consultar: <http://alturl.com/b3vji>

La relación salarial estabilizada sobre una base fija y colectiva, vinculada a acuerdos de sector y de categoría entre organizaciones patronales y sindicatos, pierde centralidad en beneficio de una concepción del salario como realidad meramente formal, no solamente escindida de toda referencia objetiva a la economía real, sino sujeta además a la arbitrariedad del caso singular: los salarios fluctúan y se diferencian, son móviles e individualizados:

“Yo cobro por guión, o sea, entrego el guión y me pagan, pero me lo dividen por meses... Pero no hay una base que diga por qué cada guión vale lo que vale y te pagan lo que te pagan, no hay ninguna norma escrita o algo así. No sé, es un precio que además no lo pones tú, que eres el que se supone que lo vendes, sino que te lo impone la productora”.

[Entrevista 13]

“(...) Pues cobramos al mes, porque tenemos un contrato por obra y servicio por cada temporada de la serie, pero en realidad cobramos por guión porque nos lo dividen por meses y ese es el sueldo, además de que aquí cada uno cobra una cosa en realidad... No es lo mismo, porque depende de lo que te lleves de la SGAE. Si llevas más tiempo trabajando y has hecho más guiones, pues al año cobras más que otro que acaba de entrar, por ejemplo”. [Entrevista 10]

“Bueno, lo más alucinante llega cuando hay que negociar lo que nos van a pagar las semanas en las que estamos concentrados en la pizarra, o sea, haciendo las tramas para la temporada siguiente. Ahí sí que es la hostia... un tira y afloja, parece un mercadillo con el regateo. Como no hay nada que justifique una cantidad, no sé, algo como una norma o algo así, como un convenio... pues depende de los que te ofrece la productora en base a lo que se sacan de la manga (...) Claro, si por lo que sea van cortos de producción y tienen que recortar abaratando de donde puedan, pues llegan con las rebajas”.

[Entrevista 15]

Esta nueva pauta de la remuneración se inserta en una transformación sustancial de la forma tradicional del intercambio entre trabajo y capital que afecta al conjunto de las actividades intensivas en conocimiento y en las que el producto del trabajo posee una forma eminentemente inmaterial (Negri y Vercellone,

2008). Los escritores de ficción televisiva constituyen una figura paradigmática en este sentido, encarnando una desestabilización de los términos canónicos de la relación salarial en base a dos elementos complementarios:

Elemento desestabilizador 1

Los escritores de ficción televisiva serial participan del cuestionamiento de una de las condiciones básicas del contrato salarial, aquella por la que los trabajadores renuncian a toda reivindicación sobre la propiedad del producto de su trabajo a cambio de un salario: el reconocimiento de derechos de autoría sobre las obras que los guionistas escriben, aunque nimio y circunscrito únicamente a los derechos de comunicación y emisión, apunta en esta dirección, dando lugar a una forma de remuneración que a diferencia del salario, que resulta una variable independiente de la vida en el mercado del objeto de su trabajo, se vincula directamente con la suerte comercial del producto. No obstante, es importante señalar que las productoras de televisión restringen el derecho de propiedad intelectual de los guionistas explicitando en los contratos una cláusula que sustrae al escritor todo derecho de explotación y reproducción de la serie de televisión en la que trabaja. De esta manera, el empresario reconstruye la separación entre el trabajador y el producto imposibilitando todo control de la obra por parte del guionista, incluyendo la negación de cualquier remuneración por ventas posteriores de la serie o del formato a otras cadenas televisivas nacionales o internacionales, más allá del pago de los derechos de autor que el escritor percibe con la emisión de la serie. Por este motivo, los derechos de los escritores sobre el producto de su actividad constituyen actualmente un campo de batalla abierto en la industria televisiva. El importante movimiento huelguístico de guionistas en la industria audiovisual estadounidense que se desató de noviembre de 2007 a febrero de 2008 tuvo precisamente este asunto como punta de lanza fundamental de la movilización, conquistando finalmente cotas de vinculación de los trabajadores con el producto de su actividad que incluyen la consecución de un porcentaje determinado de los ingresos por la comercialización de la obra, su edición en DVD o su explotación en nuevos

formatos e Internet. Profundizaremos en esta temática más adelante en un apartado consagrado por entero a la cuestión de la propiedad intelectual.

Elemento desestabilizador 2

En la realidad productiva de los escritores de ficción televisiva la delimitación precisa y la unidad sincrónica del tiempo y el lugar de la prestación laboral, bases estructurantes de la norma industrial clásica del contrato salarial, se encuentran profundamente afectadas. Más adelante analizaremos pormenorizadamente el hecho de que la actividad de los guionistas constituye un *trabajo fluido* (Castillo, 2007) que se extiende sin descanso al conjunto de los espacios y los tiempos de la vida. Ahora nos limitaremos a señalar que mientras que en el paradigma energético del capitalismo industrial el salario funcionaba como la contraparte de la compra por parte del empleador de una fracción de tiempo humano bien determinada, la naturaleza cognitiva del trabajo de los escritores televisivos invalida cualquier intento real de reducirlo a un simple gasto de energía efectuado durante un tiempo concreto: el guionista encarna un medio de producción incorporado que funciona a modo de terminal cognitivo cuya productividad posee una naturaleza integral y continua, imposible de capturar en un tiempo determinado. Por esta razón, la remuneración se disocia absolutamente de cualquier posibilidad de medida del tiempo de trabajo, así como subraya la inoperancia de toda lógica ligada a la existencia de una unidad sincrónica del tiempo de trabajo con un lugar localizado y restringido para el desarrollo de la prestación laboral.

A tenor de estas observaciones en torno a la forma de la remuneración de los escritores empleados en los ciclos de producción de contenidos de ficción para televisión, podemos avanzar la idea de que el trabajo de los guionistas televisivos no se encuentra sometido a una única forma de retribución, como era el caso del trabajo asalariado de tipo industrial clásico. En este sentido, las diferentes formas de remuneración observables en el caso de los guionistas no funcionan únicamente como manifestación de la división del trabajo y de la diferencia entre

las tareas, sino que operan en el interior de contratos de trabajo equivalentes y entre categorías profesionales idénticas y empleadas en la misma actividad laboral. Esta dinámica desigual en la remuneración descansa sobre un aumento estructural de la flexibilidad del ingreso entre los trabajadores, tanto desde un punto de vista vertical, según la tipología del contrato profesional, como desde un punto de vista horizontal, en el seno de la misma tipología jurídica (Fumagalli y Morini, 2008). La base de dicho fenómeno es una marcada individualización de las relaciones laborales que implica formas individuales de negociación que sustituyen los marcos y las convenciones colectivas. Esta individualización de la relación de trabajo se ve favorecida por un modelo productivo de naturaleza antropogenética, en el que se prima la polivalencia del trabajador y en el que la separación entre el cuerpo y la máquina, entre el operario y el medio de producción, no posee un carácter evidente, resultando imposible de cuantificar la prestación laboral en términos de tiempo y de tareas.

INTERMEZZO 1

El guión como producto: estatus literario, soberanía del guión y forma mercancía

El proceso de trabajo en el guión es más importante que el guión terminado

Osip Maksimovich Brik

Yo no soy un escritor. Soy un guionista, que es la mitad de un cineasta

Paul Schrader

Writing to sell, not educate.

Evan S. Smith, *Writing television sitcoms*

Cuando a lo largo de nuestro trabajo de investigación hemos compartido las ideas y los análisis que han ido definiendo nuestro recorrido por las realidades de la escritura de ficción televisiva en España, nos hemos topado con la formulación repetida de una cuestión recurrente: ¿Por qué hablar del guión como un proceso en sí o como un producto acabado si no constituye más que una pieza incompleta de una obra mayor en la que se inserta? ¿No es la serie de televisión el verdadero producto? Dotar de sentido a nuestra propuesta de análisis requiere que demos cuenta de esta cuestión, argumentando convenientemente el porqué de nuestra concepción de la escritura de ficción televisiva como un ámbito productivo en sí, cuyo resultado puede ser definido (a) como *producto susceptible de autonomía*; y (b) como una *mercancía independiente de su traducción a la pantalla* y de su conversión en contenido audiovisual de carácter televisivo.

El debate en torno a la naturaleza y el sentido del guión nace en el ámbito de la producción cinematográfica y se remonta a los orígenes del propio cine, particularmente a la fase de emergencia del audiovisual y de consecuente superación de la etapa muda. La discusión en torno a la centralidad de la función técnica de la escritura de guiones en el conjunto del proceso de producción cinematográfica, así como las disputas de estas posiciones con las visiones que le han concedido al guión autonomía y valor literario más allá de su traducción audiovisual a la pantalla, han marcado gran parte del desarrollo de dicho debate.

En este marco de discusión, Balázs (1970) propuso casi en los orígenes del cine una comprensión de la evolución del guión que dibujaba un movimiento desde su inexistencia, pasando por su uso como mero soporte técnico, reducido a una lista de secuencias y tomas que orientaba la labor del director, para desembocar en lo que el autor húngaro denominó como “guión literario”: un texto con valor estético y poético en sí mismo, cuya complejidad desborda toda reducción a una mera cualidad técnica. Lo interesante de esta propuesta analítica es que

Balázs, lejos de colocar la propia escritura de guiones como pivote del cambio de cualidad y de sentido de la misma, propuso hacer depender su evolución y redefinición tanto del lenguaje cinematográfico como de las condiciones técnicas de la expresión y de la actividad fílmicas. Desde el punto de vista de Balázs, fueron la aparición del *primer plano*, ligado a una intensidad narrativa que propició un giro de las tramas y los personajes hacia la complejidad y la “psicologización” de las historias, así como la exigencia de *diálogo* a partir de la emergencia del cine sonoro, los elementos que propiciaron una “literaturización” de la escritura de guiones.

Sin embargo, la solución a la disputa en torno a la cualidad del guión parece no quedar resuelta a partir de la propuesta de Balázs. De hecho, la complejidad asociada a la definición de la naturaleza de la escritura de guiones se encuentra en la propia semántica que funda la posibilidad de nombrar dicha actividad. Es en este orden semántico en el que podemos situar una complejidad ontológica a la hora de definir la cualidad y el sentido de la escritura de guiones.

Existe un consenso generalizado a la hora de localizar en el desarrollo de Hollywood los elementos claves en la evolución de la producción cinematográfica como una auténtica industria del cine, capaz de constituir el campo básico de referencia global en la producción audiovisual, tanto desde un punto de vista técnico como estético. Dicha ubicación geográfica y cultural propició desde el inicio que el orden semántico de articulación de la conceptualización del cine se desarrollara netamente en inglés. De esta manera, sea cual sea el país o la cultura en la que ubiquemos nuestro análisis del medio audiovisual, siempre vamos a encontrar un léxico plagado de términos anglosajones y un universo estético que, de una manera o de otra, ya sea para seguir su curso como para negarlo, toma constantemente la industria cinematográfica estadounidense como referencia.

A partir de esta premisa lingüística y cultural podemos comenzar a construir el

análisis conceptual de la escritura de guiones televisivos desde el punto de vista del origen semántico de su concepto. En este sentido, la escritura cinematográfica, fuente del conjunto de modalidades de escritura audiovisual, fue conceptualizada desde sus inicios como una forma particular de escritura: no fue definida simplemente como *writing*, sino como *scriptwriting*. Es en el cruce entre el plano denotativo del término y lo que éste connota donde se puede identificar el nudo del debate en torno a la cualidad del guión. Desde el punto de vista de la denotación, *script* significa tanto cualquier acto de escritura, como el objeto de la misma, mientras que en el explícito ámbito audiovisual la composición *scriptwriting* denota la acción concreta de escribir guiones, denominados en inglés como *scripts*.¹²⁶ Es, sin embargo, en el plano connotativo donde podemos localizar la implicación más relevante del término *scriptwriting* como definición de un tipo particular de escritura caracterizado por su naturaleza intermedia y por su cualidad meramente técnica: en el ámbito audiovisual el guión es concebido generalmente desde una perspectiva instrumental, no como un producto terminado, sino como una guía que prefigura y orienta el proceso de producción audiovisual y su resultado.

Curiosamente, esta dimensión connotativa ha sido explorada con mayor intensidad en el campo de la telemática, hasta llegar a situarla en el plano de la denotación: en la programación informática los *scripts* son un conjunto de instrucciones, generalmente almacenadas en un archivo de texto, que deben ser interpretadas línea a línea en tiempo real para su ejecución. En este ámbito, *scripting language* se traduce como *lenguaje de guión*, un tipo de lenguaje de programación que implica una interpretación. Dicha definición muestra una simetría reseñable con la escritura audiovisual y aporta una descripción plenamente realista del papel del guión desde un punto de vista meramente técnico: debido a la cualidad de su contenido, el *script*, lejos de aparecer como un trabajo autónomo, subraya su carácter intermedio. Tal y como señala Maras

¹²⁶ El origen etimológico de *script* reside en el vocablo latino *scriptum* (algo escrito), que viene de *scribere* (escribir).

(2009), este carácter intermedio no se relaciona únicamente con la dificultad manifiesta que presenta la consideración del guión como un producto terminado y autónomo, sino que tiene que ver también con la forma en la que la escritura de guiones se sitúa entre diferentes cualidades (industrial/artística), diferentes órdenes mediáticos (texto escrito/audiovisual) y diferentes procesos (escritura/producción audiovisual). Desde un punto de vista técnico, tal y como veremos en páginas posteriores, la naturaleza intermedia del guión en estas esferas resulta particularmente intensa en el caso particular de la ficción televisiva serial.

No obstante, el anclaje semántico de la escritura de guiones, definida como una función técnica y de carácter intermedio en el seno de un proceso productivo cuyo resultado y sentido desbordan dicha actividad, se encuentra incluso más desarrollado en las categorías anglosajonas *screenwriting* (escritura de guiones) y *screenplay* (guión), en las que se vincula directa y explícitamente el sentido de la escritura con su traslación a la pantalla (*screen*). Desde esta perspectiva, toda autonomía resulta abolida y la traducción audiovisual del texto del guión se constituye en único sentido y producto, enunciándose una dependencia integral y absoluta de la actividad del guionista en relación a dicha traducción.

Desde un punto de vista histórico, la Unión Soviética funcionó como uno de los epicentros de consolidación de los discursos acerca de este carácter intermedio y técnico del guión, así como de su carencia de autonomía en relación a la pantalla. A mediados y finales de los años veinte del siglo pasado, las posiciones de Sergei Eisenstein jugaron un papel determinante al respecto. Para el cineasta soviético, la escritura de guiones remitía únicamente a la redacción de un mero esquema de referencia, llegando a concebir la presencia o ausencia de guión como “algo de ningún modo importante”: Eisenstein ni siquiera le concedía al guión escrito el carácter de plan de acción, sino que llegaba a describirlo como una mera anotación en estenografía o como un simple código (Eisenstein, 1988a, 1988b y 1988c). Igualmente en esa época,

Dziga Vertov siguió la misma estela para afirmar que “el guión es sólo un cuento de hadas inventado para nosotros por un escritor. Nosotros vivimos nuestras propias vidas y no nos vamos a sujetar a las ficciones de nadie” (Michelson, 1984). Además, se atrevió con un firme intento de vaticinio: “el guión como un producto de composición literaria desaparecerá por completo en los años venideros” (Ibidem).

Sin embargo, es en la lengua castellana donde este universo de comprensión del guión encuentra tal vez un anclaje más sólido desde el punto de vista semántico. Así, el apelativo *guión* explicita y enfatiza su carácter de mera *guía*, proponiéndolo como un texto cuyo valor y sentido reside únicamente en exponer detalladamente el contenido y la forma de su puesta en escena.¹²⁷ Sin embargo, esta centralidad de la escenificación en la conceptualización del sentido y el rol de la escritura audiovisual va más allá de la mera esfera semántica, conectándose con dos de los patrones convencionales de organización de la producción cinematográfica y televisiva. El primero de esos patrones está constituido por la *separación entre concepción y ejecución*: el guión es concebido como una especie de *máquina abstracta* que prescribe una práctica, como material que guía una ejecución.¹²⁸ El segundo de los patrones es un *carácter lineal del proceso productivo* que encadena tres fases fundamentales de actividad: *preproducción, producción, postproducción*.¹²⁹ A partir de este esquema, las tareas de escritura se situarían en la fase de preproducción y la etapa posterior de producción sería concebida como ejecución del guión siguiendo una lógica que dibujaría un movimiento que va del concepto al trabajo finalizado, *from script to screen* (del guión a la pantalla).

¹²⁷ La puesta en escena como horizonte de sentido del texto de un guión se pone explícitamente de manifiesto en los apelativos con los que se nombra la palabra “guión” en francés (*scénario*), italiano (*sceneggiatura*) y ruso (*сценарий* – *stsenari*-).

¹²⁸ Deleuze y Guattari (1994) describen la máquina abstracta o diagramática como aquella que “no funciona para representar, ni siquiera cualquier cosa real, sino para construir algo real en ciernes, un tipo diferente de realidad”.

¹²⁹ Para una definición de los tres conceptos se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

Lo paradójico de esta organización de la producción estructurada a partir de la segmentación y la distinción entre concepción y ejecución es que funciona como base ambivalente para la argumentación en favor de posiciones encontradas. Por un lado, resulta el fundamento de los análisis que le niegan al guión todo carácter autónomo, puesto que en el esquema de escisión entre concepción y ejecución el guión únicamente funciona como texto-guía cuyo sentido viene determinado enteramente por su escenificación. Por otro lado, la mencionada escisión sirve como terreno de justificación de aquellas posiciones que le conceden autonomía y soberanía al guión en base tanto a su carácter originario y previo, como a su cualidad prescriptiva y *performativa* en relación al proceso de producción y al producto final de dicho proceso.¹³⁰ Tanto en un caso como en otro, la separación de concepción y ejecución se constituye en elemento de sentido y en eje que articula los imaginarios en torno tanto a la producción cinematográfica y televisiva de contenidos de ficción, como a la organización de la misma.

A partir de estas premisas, podemos adelantar que toda justificación del carácter soberano del guión descansa sobre dos pilares fundamentales. El primero es la categorización del *guión como un objeto* que tiene la forma de un texto terminado. El segundo consiste en dotarle de un *halo trascendental*: desde esta perspectiva, el guión estipula y dicta a priori lo que va a pasar en el set de rodaje y más allá, determinando cada una de las fases de la producción y la postproducción. Sin embargo, en el caso de la producción de contenidos de ficción televisiva, la idea de una soberanía del guión resulta inmediata y evidentemente problemática. Para empezar, la identificación de la concepción y la ejecución como dos esferas separadas de actividad posee escaso valor explicativo: tal y como veremos en detalle más adelante, el guión no es tanto un objeto terminado como un proceso continuo en el que el texto, así como las

¹³⁰ Sobre el concepto de “soberanía del guión” se puede ver: Bordwell, Staiger y Thompson, 1985; y Maras, 2009.

pautas de su escenificación prescritas por los guionistas, se van modificando por la acción de los otros agentes productivos que intervienen en las diferentes fases del proceso de fabricación de una serie de ficción televisiva. Tal y como señala Maras (2009) para el caso de la escritura cinematográfica, la elaboración de guiones televisivos no solamente posee una naturaleza altamente procesal, sino que muestra un carácter tan sumamente dinámico que nos obliga a poner el énfasis en los procesos y las actividades implicadas en la escritura de guiones, más que fijar la mirada en el manuscrito terminado. En este sentido, el guión aparece siempre como un *working progress*, como el espacio de una reelaboración permanente cuyo alcance posee la cualidad de una verdadera conceptualización constante. La concepción trascendental del guión como objeto acabado choca con una realidad productiva que difiere por completo de dicha concepción.

Sin embargo, tampoco conviene dejarse llevar en exceso por las pautas de comprensión de la escritura de guiones que le conceden únicamente un valor técnico, reduciendo su papel a la confección de una mera guía. Es importante remarcar que la escritura de guiones implica el desarrollo de una constante labor creativa e imaginativa enfocada a la constitución de universos narrativos. Por más que dicha actividad se traduzca en última instancia en la elaboración de textos que desde un prisma técnico poseen un carácter intermedio, el proceso y el producto del trabajo de los guionistas se configuran a partir de elementos de naturaleza eminentemente narrativa y literaria.

Por tanto, conviene que maticemos las posiciones dominantes en el ámbito audiovisual que enfatizan la cualidad técnica del guión en detrimento de su dimensión narrativa y literaria, anclando sus análisis en una cuestionable separación entre concepción y ejecución. En esta operación resulta imprescindible que desvelemos las relaciones de poder que subyacen a dichas conceptualizaciones de la escritura de guiones. En este sentido, y aunque dedicaremos un apartado específico al análisis del estatuto y la identidad

profesional de los escritores de contenidos de ficción para televisión, resulta importante señalar que tanto la separación de concepción y ejecución, como la negación del valor artístico y literario de la escritura de guiones televisivos, funcionan como potentes dispositivos de invisibilización y menosprecio del trabajo de los guionistas. Esta invisibilización y este menosprecio, tal y como veremos más adelante, no sólo implican para el escritor lo que el guionista y director Philip Dunne definió como “un problema de reconocimiento y de prestigio” (Dunne, 1980), sino que se constituyen en herramientas estratégicas de peso en el gobierno patronal de los escritores audiovisuales.

No obstante, y pese a la relevancia analítica de algunos de los argumentos que hemos desarrollado en las últimas páginas, hasta ahora solamente hemos fijado nuestra mirada en el estrecho ámbito del trabajo concreto de los guionistas y en la cualidad del guión en cuanto producto material de la escritura de ficción televisiva. Para dar cuenta convenientemente de las dos preguntas que nos hemos propuesto contestar al inicio de este apartado, por qué el guión de ficción televisiva puede ser definido como producto susceptible de autonomía y por qué podemos considerarlo como mercancía independiente de su traducción a la pantalla, debemos abrir nuestra mirada tanto al análisis de la cualidad de las relaciones laborales y de intercambio en las que se inserta la escritura de guiones, como al examen de las condiciones concretas en las que se desarrolla dicha actividad profesional. Por decirlo con Walter Benjamin (2004), más allá del contenido del producto del trabajo de los guionistas, es en la posición que ocupa dicho producto dentro de las relaciones de producción propias de la fabricación de series de ficción televisiva en donde podemos encontrar las respuestas idóneas a las preguntas que nos hemos formulado.

A partir de esta premisa, podemos definir la escritura de ficción televisiva como una esfera mercantilizada y el producto-guión como una mercancía que es intercambiada en un mercado. Así, tal y como ocurre con todo tipo de mercancía, el guión posee un doble carácter: su utilidad lo convierte en valor

de *uso* y este es, además, el soporte de un valor de *cambio*. Marx (1984) ofrece una definición básica en este sentido que se ajusta de manera certera al caso de la escritura de contenidos de ficción televisiva:

La mercancía es, en primer término, un objeto externo, una cosa apta para satisfacer necesidades humanas, de cualquier clase que ellas sean. El carácter de estas necesidades, el que broten por ejemplo del estómago o de la fantasía, no interesa lo más mínimo para estos efectos. Ni interesa tampoco, desde este punto de vista, cómo ese objeto satisface las necesidades humanas, si directamente, como medio de vida, es decir, como objeto de disfrute, o indirectamente, como medio de producción. (...) La utilidad de un objeto lo convierte en valor de uso. (...) Lo que constituye un valor de uso o un bien es, por tanto, la materialidad de la mercancía misma (...) El valor de uso sólo toma cuerpo en el uso o consumo de los objetos. (...) En el tipo de sociedad que nos proponemos estudiar, los valores de uso son, además, el soporte material del valor de cambio. A primera vista, el valor de cambio se presenta como la relación cuantitativa, la proporción en que se cambian valores de uso de una clase por valores de uso de otra (...).

El primer pasaje de esta mínima definición de la mercancía señala que el valor de uso, es decir, la utilidad del producto, se orienta en dos sentidos fundamentales: convierte la mercancía en (1) *objeto de disfrute* o en (2) *medio de producción*. En el primer ámbito, tal y como hemos visto en páginas anteriores, el carácter intermedio del guión hace que el objeto de disfrute no esté constituido por el guión en sí, sino por el producto terminado de ficción televisiva serial. Por decirlo de manera más sencilla, lo que los públicos televisivos disfrutaban, por usar la terminología que emplea el propio Marx, es el episodio de la serie como puesta en escena y traducción audiovisual del contenido del guión, no el producto-guión en sí. De esta manera, la escritura de ficción televisiva produce un texto cuyo valor de uso reside en su condición de medio de producción del producto terminado de serie de televisión en el que se inserta. Desde este prisma, los guiones son medios de producción, es decir, recursos generados con el fin de posibilitar la producción de un bien, en el caso concreto que nos ocupa, una serie de ficción televisiva.

Sin embargo, el medio televisivo añade un grado mayor de complejidad al razonamiento que acabamos de proponer. Como veremos en profundidad en el último apartado de nuestro trabajo, cuando abordemos el análisis del carácter productivo de los públicos, el producto fundamental que fabrica la industria televisiva es la propia audiencia de sus programas: los contenidos televisivos, incluidas las series de ficción, operan en realidad como medios de producción de las audiencias, verdaderas mercancías que son vendidas en el mercado publicitario y que funcionan como el elemento más relevante del negocio televisivo. Desde este punto de vista, el propósito de los contenidos seriales de ficción televisiva no es otro que confeccionar audiencias para ser vendidas. En este esquema, los guiones de televisión constituyen medios de producción para la fabricación de unos contenidos de ficción que, pese a contener un incuestionable valor de uso para los públicos televisivos, operan en realidad como medios de producción de las audiencias.

A tenor de lo expuesto, el valor de uso de los guiones de ficción televisiva los convierte en medios de producción, subrayando el carácter intermedio y técnico de los mismos. Sin embargo, como apunta Marx en su definición básica de la mercancía, todo valor de uso funciona como soporte de un valor de cambio, entendiendo éste como el valor que un producto tiene en el mercado y que se expresa en términos cuantitativos, medidos por el dinero. Es precisamente en este campo del valor de cambio de la mercancía-guión donde ésta se muestra como un producto susceptible de autonomía y como una mercancía independiente de su traducción a la pantalla y de su conversión en contenido audiovisual. En primer lugar, en la mayoría de los casos los guionistas están sujetos a un contexto de relaciones laborales en el que obtienen su remuneración de la venta de guiones. De hecho, suele ser común que el propio marco contractual que regula la actividad profesional de los escritores de ficción televisiva recoja explícitamente entre sus cláusulas el pago por guión finalizado y entregado. En segundo lugar, la venta de un guión o de

un proyecto de serie de ficción televisiva por parte de un escritor no implica que dichos materiales sean puestos en escena y se materialicen en una traducción audiovisual de los mismos. La mayor parte de los guiones que son producidos por el trabajador colectivo de la escritura televisiva, así como la inmensa mayoría de proyectos de series de ficción, nunca llegan a la pantalla, ni siquiera son rodados. Las empresas productoras de televisión y las cadenas encargan y compran esos materiales, pero luego sólo seleccionan para su desarrollo y su fabricación una ínfima parte los mismos.¹³¹ La relevancia de este fenómeno no sólo enfatiza el carácter autónomo e independiente de la mercancía-guión, sino que, lo que resulta todavía más importante, muestra que, en última instancia, el valor de uso del guión desaparece. Desde este punto de vista, la autonomía y la independencia del guión descansan fundamentalmente en una modificación de la forma mercancía que extingue el valor de uso de la misma. El grado enorme de capitalización de la escritura televisiva se mide, precisamente, por su carácter de escenario productivo en el que el valor de cambio es susceptible de independizarse por completo del valor de uso. Lo paradójico al respecto es que la naturaleza autónoma e independiente del guión se funda en la pérdida de utilidad del mismo, es decir que, dentro del marco actual de producción mercantil de contenidos televisivos, el trabajo de escritura de ficción conquista su autonomía mediante su reducción a trabajo abstracto. Al evaporar el valor de uso del guión, la racionalidad económica y productiva que gobierna la actividad profesional de los guionistas en el sector televisivo impone la consecución de independencia de su producto como pérdida del valor de uso de su trabajo. En este contexto, más allá de operar como vía de acceso al dinero, el trabajo de los escritores de contenidos seriales de ficción televisiva carece de utilidad y de sentido.

¹³¹ La producción cultural en su conjunto experimenta este tipo de fenómenos. Zallo (2007) apunta que en el ámbito cultural la producción es mucho mayor que la oferta presentada al mercado: “o sea, hay una inmensa producción, una gran oferta múltiple invisible, una limitada oferta viva y una aún más limitada oferta visible y económicamente solvente”.

3.1.5. Campos problemáticos abiertos por el devenir empresarial del escritor de televisión y por su carácter de contenedor del capital fijo

La proliferación del trabajo autónomo entre los escritores de ficción televisiva, la capitalización de los mismos como resultado del carácter de contenedor del capital variable y del capital fijo de la fuerza de trabajo que encarnan, así como la cualidad empresarial implícita en la lógica de desarrollo de su actividad profesional, abren el análisis a nuevas y relevantes problemáticas comunes al conjunto de los trabajadores cognitivos y de los circuitos productivos en los que éstos participan. La mutación en la cualidad del trabajador y en la naturaleza de la relación social a la que llamamos trabajo, pone sobre la mesa sociológica cuestiones inéditas sobre las que los guionistas televisivos pueden arrojar luz y funcionar como material fenomenológico para el debate. Algunas abren renovadas vías de exploración de las cualidades de la actividad laboral y sus condiciones de desarrollo, otras constituyen campos inéditos de investigación para la sociología del trabajo. En cualquier caso, todas señalan las limitaciones que presentan las concepciones tradicionales del trabajo en contraste con la complejidad de los escenarios laborales actuales y abren la puerta a un orden eminentemente político para el análisis y la reflexión, ya sea por la naturaleza estratégica que muchas de las mutaciones en curso tienen para los empresarios, por el desfase de las lógicas sindicales clásicas en relación a las realidades que venimos describiendo o por los nuevos y relevantes horizontes que se abren para el conflicto y la emancipación del trabajo. A continuación nos adentraremos en el análisis de varios campos concretos de análisis que a nuestro juicio emergen a partir del devenir empresarial del trabajador y de su condición de contenedor del capital fijo.

3.1.5.1 Carácter relativo de la autonomía y prestación laboral más allá de la relación salarial

El primer problema que se abre al análisis es la cualidad relativa de la condición autónoma del trabajo y de los trabajadores, así como el carácter no integral de la mutación que su generalización produce en la lógica de las relaciones salariales en el sector televisivo. En este sentido, ya hemos apuntado cómo en la mayoría de los casos la sujeción al estatuto de trabajadores autónomos de los guionistas responde más a una imposición gerencial que a la voluntad del profesional de la escritura televisiva o a una necesidad dictada por las características de su actividad laboral concreta. Por otro lado, si bien el vínculo mercantil que se establece entre trabajador y empresa contratante describe una distancia evidente en relación a las dinámicas clásicas de desarrollo de las relaciones salariales, no elimina el elemento estructural que les da sentido ni afecta la naturaleza asimétrica del vínculo entre empresario y trabajador que les es característica: el trabajo sigue constituyendo la mediación social de carácter obligatorio que le permite al trabajador su reproducción y su inserción social, mientras que la mayoría de relaciones mercantiles de servicio que se establecen entre empleador y trabajador constituyen relaciones de poder en las que el primero opera como agente que determina los contenidos y las condiciones de la prestación laboral del segundo. De esta manera, los guionistas autónomos siguen siendo trabajadores heterodeterminados, tanto desde un punto de vista abstracto, por el carácter obligatorio de la mediación social llamada trabajo, como desde un punto de vista concreto, puesto que el contenido de su actividad laboral está supeditado a la racionalidad general de la industria televisiva y a las directrices implícitas en la demanda del cliente.¹³²

La forma que adquiere el carácter heterodeterminado de la mayoría de los escritores de ficción televisiva sujetos al estatuto de trabajadores autónomos es la

¹³² Para una conceptualización del trabajo como mediación social y una problematización del carácter dual del trabajo cognitivo se pueden consultar la entradas correspondientes a ambas cuestiones en el inventario.

de una prestación laboral de naturaleza parasubordinada (Corsani, 2001; Fumagalli, 2007).¹³³ La *parasubordinación* expresa la doble metamorfosis que ha afectado tanto al trabajo asalariado como al trabajo autónomo en los últimos años, representando uno de los nodos fundamentales de las dinámicas de la prestación laboral en el capitalismo cognitivo: por un lado, el trabajo asalariado asume cada vez más un carácter de prestación individualizada que lo hace tendencialmente flexible y “autónomo”, tanto en la forma de su organización, como en la determinación de sus condiciones; por otro lado, el trabajo autónomo se inserta en dinámicas de heterodirección, con un grado reseñable de prescripción y dependencia, por lo que asume rasgos propios del trabajo asalariado tradicional. Desde este punto de vista, la parasubordinación define paradigmáticamente la naturaleza de la prestación laboral de la que participan la mayoría de los escritores de contenidos de ficción televisiva. Por una parte, los guionistas asalariados están sujetos a una relación laboral formal de carácter individualizado, ajena a un marco colectivo de negociación y a cualquier convenio de sector que estipule tanto la remuneración, como las condiciones de su prestación. Por otra parte, los escritores autónomos sujetos a una relación mercantil suelen desarrollar su trabajo insertos en un circuito productivo dirigido y organizado por la empresa contratante, viendo el desarrollo de su actividad profesional subordinarse generalmente a un grado reseñable de prescripción y heterodirección.

Entre las transformaciones que pone de manifiesto el carácter parasubordinado de la prestación laboral de los escritores televisivos destaca la modificación de la lógica clásica de comprensión de la relación entre trabajo asalariado y trabajo autónomo, que lejos de poder ser aprehendida en términos de oposición, debe ser

¹³³ Desde los años ochenta, Italia ha sido el epicentro de un fecundo y pionero debate en torno al fenómeno de la parasubordinación. Al respecto se pueden consultar los trabajos de Santoro-Passarelli (1979), Grieco (1983), Ballestrero (1987) y Pedrazzoli (1989). En 1997 la revista *Lavoro e Diritto* publicó dos números monográficos dedicados al trabajo autónomo en los que abordó la cuestión de la parasubordinación.

abordada en clave de agenciamiento entre ambos elementos.¹³⁴ En primer lugar, son los marcos normativos y las pautas de regulación jurídica de la prestación laboral los que apuntan esta articulación, reconociendo explícitamente una aproximación entre el trabajo asalariado y el trabajo formalmente independiente (Supiot, 2000). En nuestro país, el artículo 11 de la Ley 20/2007 reconoce la figura del *trabajador autónomo dependiente*, que define a los profesionales que “realizan una actividad económica o profesional a título lucrativo y de forma habitual, personal, directa y predominantemente para una persona física o jurídica, denominada cliente, del que depende económicamente por recibir de él, al menos, el 75 por ciento de sus ingresos por rendimiento de trabajo y de actividades económicas y profesionales”. No es casualidad que dicho trabajador sea también denominado explícitamente como parasubordinado, puesto que representa una figura profesional monocliente dependiente de una relación fija o de larga duración con un solo demandante de sus servicios.¹³⁵ Una figura que, además de representar a 285.600 trabajadores en España en 2004 e incrementarse un 33% de 2001 a 2008 (APM, 2008), resulta predominante entre los escritores de ficción televisiva sujetos al estatuto de trabajadores autónomos: profesionales que con su adscripción a dicho estatuto únicamente ven modificada la naturaleza jurídica de su relación con el empleador, dejando inmutable tanto los contenidos de la actividad laboral como la forma en la que ésta se desarrollaba sujeta a las relaciones laborales de corte tradicional:

“Lo único que ha cambiado es que ahora me pago yo la seguridad social, porque lo demás sigue igual (...) yo voy a la productora a trabajar y todo es exactamente igual que antes”

[ENTREVISTA 13]

¹³⁴ El uso del término agenciamiento expresa a la perfección la cualidad de la hibridación entre trabajo asalariado y trabajo autónomo que describe el fenómeno de la parasubordinación. Para una definición del concepto de agenciamiento en su relación con dicho fenómeno se puede consultar el inventario.

¹³⁵ Bologna (1992) distingue entre trabajadores autónomos monoclientes y pluriclientes. Los primeros, tal y como hemos visto, mantienen una relación fija o de larga duración con un solo cliente, mientras que los segundos trabajan para más de un cliente, construyendo por sí mismos su propio mercado, estando obligados a invertir tiempo y dinero en la búsqueda de clientes.

“Es como siempre (...) Lo que pasa es que ahora está el marrón de las declaraciones de IVA y esas cosas. Eso sí es diferente... Bueno, eso y que tienes que pagar todos los meses de tu bolsillo a la Seguridad Social, pero el trabajo es lo mismo y trabajamos igual”
[ENTREVISTA 25]

El carácter formalmente autónomo de estos trabajadores esconde en realidad un proceso de desalarización de una fuerza de trabajo que, lejos de establecerse de forma independiente en un mercado pluricliente, constituye un elemento subordinado a las modalidades y los tiempos de un servicio rígidamente determinado y altamente prescrito por el empresario contratante (Bologna, 1992). Pese a que dichos profesionales de la escritura televisiva posean el derecho de trabajar para múltiples clientes y no participen de una relación laboral formal con el empleador, lo cierto es que mayoritariamente suelen emplearse en la escritura de una única serie de televisión, trabajando en la sede de la empresa contratante, formando parte con absoluta normalidad del equipo de guionistas y haciendo exactamente las mismas tareas y de la misma manera que antes de operar por cuenta propia, sin observar diferencia práctica alguna con aquellos colegas de trabajo sujetos a una relación laboral clásica con el empleador.

Es interesante señalar que se trata de condiciones y circunstancias laborales que hacen que muchos escritores televisivos crucen la frontera entre trabajo autónomo dependiente y trabajo asalariado, encajando paradigmáticamente en la figura del denominado “falso autónomo”, una situación de fraude de ley que encubre una relación laboral con el manto formal de una relación mercantil. En este sentido, el falso autónomo es un profesional que no sólo opera dentro de la estructura organizativa de la empresa contratante, sino que presta su servicio de manera habitual a esa única empresa, contando con una jornada formal de trabajo de carácter regular y desarrollando su actividad bajo la supervisión de un superior jerárquico directo, lo que a todas luces pone en cuestión su condición de profesional independiente. Pese a su estatuto jurídico de autónomo, el escritor parasubordinado de ficción televisiva cumple generalmente las condiciones

propias del trabajo por cuenta ajena¹³⁶.

- 1) *Dependencia*: el trabajador está sujeto a la organización de la empresa, que determina cuándo se prestan los servicios, fijando los descansos y las vacaciones, y facilitando las instalaciones y los medios necesarios para el desarrollo de la actividad.
- 2) *Ajeneidad*: la empresa recibe la utilidad de su trabajo y le remunera por ello.
- 3) *Retribución*: los emolumentos tienen un carácter periódico y estable, con cantidades iguales o similares y, en algunos casos, distribuidas en doce o catorce mensualidades.

Al mismo tiempo, el hecho de que el marco normativo que regula el trabajo independiente explicita que el trabajador autónomo es aquel que realiza “de forma habitual, personal, directa, por cuenta propia y fuera del ámbito de dirección y organización de otra persona”¹³⁷, una actividad económica o profesional a título lucrativo” (LEY 20/2007 ETA, Art. 1), excluye de tal condición a un trabajador, el escritor empleado en los ciclos de producción de series de ficción televisiva, que opera bajo la supervisión de la empresa contratante y sujeto a la organización de la misma. Lejos de responder a las pautas y a la naturaleza de la actividad que realizan, y ajenos a las condiciones de la prestación laboral que determina la ley para el caso del trabajo independiente, el carácter parasubordinado de los guionistas sujetos al estatuto del trabajo autónomo viene determinado por la decisión patronal de intensificar las pautas de explotación del trabajo, en una estrategia de disminución de los costes del mismo. Para la empresa la parasubordinación significa directamente la eliminación de los gastos originados por las cotizaciones a la Seguridad Social, así como la posibilidad de poner fin a la relación laboral de manera unilateral

¹³⁶ Trabajadores por cuenta ajena o asalariados son aquellos que “voluntariamente presten sus servicios retribuidos por cuenta ajena y dentro del ámbito de la organización y dirección del empresario” (RD 1/1995 ET, Art. 1).

¹³⁷ El subrayado es nuestro.

cuando lo considere necesario, sin tener que justificar los motivos ni verse en la obligación de pagar indemnización alguna. Para el trabajador, por el contrario, la parasubordinación significa asumir todo el coste de las cotizaciones a la Seguridad Social, perder la posibilidad de acumular antigüedad y estar sujeto a un nivel definitivamente menor de protección. Constituye, objetivamente, una vía redundante de producción de desprotección que se sirve para su propósito del carácter abiertamente desprotegido de un trabajador cuya actividad profesional se encuentra escasamente tutelada por el marco normativo que regula las relaciones laborales en la industria audiovisual de nuestro país.

Dicha ausencia de tutela resulta explícita en los dos convenios colectivos que han regulado la industria de producción audiovisual en nuestro país. El primero de ellos, suscrito en el año 2000 por la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales de España (FAPAE), CC.OO., U.G.T. y los Técnicos Asociados Cinematográficos Españoles (TACE), excluía explícitamente a aquellos trabajadores que, de acuerdo a la Ley de Propiedad Intelectual o a lo pactado en sus respectivos contratos, tuvieran el carácter de autor, haciendo con ello clara referencia a los guionistas. El segundo y último convenio colectivo firmado en el sector, con vigencia hasta 2011 y suscrito en 2009 por la Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales de España (FAPAE), CC.OO. y U.G.T., introdujo una modificación del texto que reconocía a “los guionistas en relación de dependencia”. Sin embargo, el texto resulta ciertamente contradictorio, abriéndose su interpretación a una ambigüedad reseñable, cuando no a una contradicción en términos, puesto que al mismo tiempo que reconoce la figura de los escritores en situación de dependencia, excluye a todo trabajador sujeto a una relación mercantil con la empresa contratante, lo que deja en una zona de sombra a todos los guionistas que, pese a trabajar por cuenta propia, se encuentran en una evidente situación de dependencia en el desarrollo de su actividad profesional. Es interesante observar que dicho convenio colectivo señala específicamente que su ámbito de actuación se ciñe al personal de carácter técnico, excluyendo en su texto a los profesionales de corte artístico. Pese a que

los actores y las actrices tienen su propio convenio colectivo, los escritores audiovisuales carecen de un marco normativo que reconozca y regule explícitamente el desarrollo de su actividad profesional.

Desde este punto de vista, y pese a la existencia de una norma que reconoce y regula la existencia del trabajo autónomo dependiente, el fenómeno de la parasubordinación se encuentra precariamente reflejado en la esfera jurídica, constituyendo una anomalía en el ámbito del Derecho del Trabajo. La modalidad parasubordinada de ejercicio de la prestación laboral pone de manifiesto la obsolescencia del Estatuto de los Trabajadores¹³⁸, construido a imagen y semejanza del trabajo estable y asalariado propio de la norma de empleo fordista y que en nuestros días únicamente representa una parte evidentemente decreciente del ecosistema laboral, viendo reducirse a pasos agigantados su importancia en el conjunto de los mercados de trabajo.¹³⁹ Al mismo tiempo, la regulación de las relaciones industriales siguiendo el principio de las negociaciones colectivas choca frontalmente con una parte cada vez más significativa de trabajadores que se encuentran sometidos a una dinámica de negociación individual.

De esta manera, el escritor de ficción televisiva aparece como una figura profesional que condensa los elementos fundamentales de una crisis manifiesta de las formas tradicionales de representación del trabajo y de sus marcos normativos. Su medioambiente laboral no solamente indica la altísima cota de flexibilización que caracteriza los mercados de trabajo en nuestro país, además constituye una zona gris entre trabajo asalariado y trabajo autónomo que desestabiliza los parámetros tradicionales de concepción del hecho laboral y de sus ordenamientos jurídicos. Es precisamente la naturaleza indeterminada e

¹³⁸ El Estatuto de los Trabajadores (Ley 8/1980, de 10 de marzo) es la norma principal que rige los derechos de los trabajadores en España, definiendo los mismos en tanto que derechos que nacen de la situación misma de trabajo y se manifiestan en formas organizadas. Desde este punto de vista, se trata de la normativa que institucionaliza el papel de los sindicatos en la empresa.

¹³⁹ Para una caracterización de la norma de empleo fordista se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

híbrida de la actividad laboral parasubordinada por cuenta propia la que ha llevado a algunos autores a hablar de *trabajo autónomo de segunda generación* (Bologna y Fumagalli, 1997; Corsani, 2001), tratando de construir en torno a esa categoría un análisis sociológico que vaya más allá de una mera descripción fenomenológica de las dinámicas de la parasubordinación. Desde este punto de vista, la segunda generación de trabajadores autónomos partiría de su distancia en relación al trabajo autónomo de corte tradicional, típico de la agricultura, el comercio y las profesiones liberales protegidas por Colegios, así como diferente al concepto de trabajo autónomo propio del período de la hegemonía de la gran industria.

Si en el capitalismo industrial clásico el trabajo independiente asumía el aspecto de una actividad ajena a toda prescripción, definiendo a aquellas formas de prestación laboral que permitían al trabajador márgenes de discrecionalidad tanto en relación al contenido del trabajo como a decisiones en torno a la forma de la remuneración y al tiempo de la prestación, los trabajadores autónomos de segunda generación suelen ser objeto de una actividad laboral de corte parasubordinado, tal y como sucede con los escritores de contenidos para televisión. Si durante el período de la gran industria el trabajo autónomo, entendido como el conjunto de las prestaciones laborales no salariales, tenía un carácter marginal en el conjunto del mercado de trabajo, en nuestros días su figura tiende a asumir un papel cada vez más importante, en un contexto de desmantelamiento continuo de la condición asalariada tradicional y de articulación de las figuras laborales en formas predominantemente espurias, híbridas y precarias que redefinen la propia categoría de trabajo autónomo en términos de una subordinación social en la que el trabajador asume todos los riesgos derivados de la relación laboral, diluyendo la propia naturaleza autónoma del mismo en un permanente movimiento de limitación de la posibilidad de autoorganización de la prestación por parte del operario (Bologna, 1992). Tal y como veremos en detalle más adelante, cuando abordemos el análisis de las condiciones y los contenidos del trabajo concreto de los guionistas de ficción

televisiva, la novedad del trabajo autónomo de segunda generación respecto al de primera generación se juega en la emergencia de nuevos contenidos del trabajo, una diferente percepción del tiempo y del espacio laboral, una mutación en la forma de la retribución y una reconfiguración de la identidad profesional. Elementos que en conjunto permitirían enunciar una suerte de *nueva economía política del trabajo autónomo* (Fumagalli, 2007).

Pese a que la cualidad parasubordinada de esta nueva generación de trabajo autónomo la acerca a parámetros propios del trabajo asalariado, la transformación de las cualidades tradicionales de las relaciones salariales es reseñable. El caso de los escritores empleados en los circuitos de fabricación de contenidos de ficción televisiva ilustra cómo la ruptura fundamental en este sentido es aquella que sustituye la condición salarial de la relación entre el guionista y su empleador por una lógica propia de las relaciones de servicio, transformando la relación laboral en un intercambio de orden comercial.¹⁴⁰ La sujeción del trabajador a los parámetros del estatuto del trabajo autónomo convierte ese intercambio en una relación entre dos entidades que son definidas, ambas, como empresas formales y, en cuanto tales, iguales en el plano de las relaciones de fuerza (Bologna, 2006). Tres son las consecuencias que se deducen de dicha mutación:

1. La base del trabajo asalariado canónico está constituida por el hecho de que el trabajador ponga en usufructo su capacidad de trabajo durante un tiempo determinado para poder participar en el intercambio de bienes y servicios (García, Lago, Meseguer y Riesco, 2005).¹⁴¹ Sin embargo, dicha base se evapora en el caso de los escritores de ficción televisiva sujetos al estatuto del trabajo autónomo: el usufructo de la capacidad de trabajo del guionista desaparece en el momento en que éste no le alquila su fuerza de

¹⁴⁰ Sobre las relaciones de servicio se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

¹⁴¹ El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define “usufructo” como el “derecho a disfrutar bienes ajenos con la obligación de conservarlos, salvo que la ley autorice otra cosa” (Real Academia de la Lengua Española, 2001).

trabajo a un empleador, sino que le vende un servicio a una empresa. Al mismo tiempo, la naturaleza cognitiva de su actividad laboral convierte en indeterminado el tiempo de la producción, extendiéndolo al conjunto del tiempo vital del guionista: cuando el cerebro es el medio de producción fundamental y la subjetividad constituye el campo y el objeto del proceso productivo, el trabajo no puede sujetarse a un horario más que de manera artificial y ajena al carácter continuo de la productividad del trabajador.¹⁴² Esta cualidad del trabajador cognitivo, el hecho de que lleve incorporado el medio de producción, desestabiliza también la definición de la relación salarial que la concibe como un sistema económico y social en el que el trabajador opera como un agente independiente y separado radicalmente de los medios de producción, los únicos que pueden transformar su actividad libre en trabajo (Rolle, 2003a).

2. Se anula el elemento fundamental que orienta el derecho del trabajo: el principio de la relación de fuerza a favor del empleador era el fundamento de una regulación jurídica que partía del carácter desigual de la relación laboral. Ahora, sin embargo, la relación se da entre agentes formalmente iguales: empresas.
3. La carga de la reproducción de la fuerza de trabajo cae íntegramente sobre los hombros del propio trabajador, que al ser concebido como un proveedor externo ya no recibe una retribución mensual para su reproducción, sino una compensación por la prestación de un servicio que, dicho sea de paso, puede ser recibida meses después de haber sido realizado el servicio contratado. Desde este punto de vista, se asiste a un

¹⁴² Es interesante señalar que entre las características esenciales del cerebro se cuentan su condición de órgano clave del sistema nervioso central que no sólo funciona de manera ininterrumpida, sino que además lo hace de forma autónoma. Inclusive cuando el guionista duerme su cerebro sigue trabajando. No resulta exagerado apuntar que la producción onírica del escritor televisivo se conecta y combina posteriormente con los contenidos y materiales narrativos producidos de manera consciente en su actividad laboral formal.

proceso manifiesto de transferencia del riesgo desde la empresa hacia un trabajador que, pese a no gozar de los beneficios jurídicos y las prestaciones sociales de las que disfruta el trabajador asalariado, sigue sujeto a una lógica de subordinación: la explotación directa implícita en la condición subalterna del trabajo asalariado compensado por la garantía de la subsistencia es sustituida por un trabajo formalmente libre pero realmente subordinado a las exigencias de una empresa contratante que encuentra en la condición de precariedad y de riesgo existencial consustancial al nuevo trabajador autónomo las herramientas básicas y privilegiadas para su gobierno.¹⁴³

¹⁴³ “(...) Si el salario era la forma económica de reproducción de la fuerza de trabajo, el *no salario* cancela de golpe el problema de la reproducción de la fuerza de trabajo como problema constitutivo de las relaciones sociales y, por tanto, de las relaciones *contractuales* entre dador de trabajo y trabajador, así como de las relaciones de *ciudadanía* entre trabajador y Estado. Se trata de un cambio radical mediante el cual el principio fundamental de *garantía de la subsistencia* es sustituido por la condición de hecho del *riesgo existencial*” (Bologna y Fumagalli, 1997).

3.1.5.2. El gobierno del trabajo vivo: entre control paradójico y libertad coercitiva

*Prefiero morir como un cobarde que vivir cobardemente.
Eskorbuto, Cerebros destruidos.*

La modificación sustancial de las relaciones de trabajo de la que venimos dando cuenta, marcada por el devenir empresarial del trabajador y por la encarnación en sí del medio de producción, se conecta inevitablemente con una nueva dimensión lógica y práctica de ejercicio del gobierno patronal sobre el trabajo. La naturaleza paradójica de la parasubordinación, que bascula sobre el estatuto híbrido de un escritor televisivo que articula simultáneamente cualidades del empleador y del empleado, plantea problemas de gobierno, otorgando al ejercicio del mismo un carácter igualmente paradójico: al mismo tiempo que se conduce al trabajador hacia una capitalización de sí, se articula toda una tecnología de control que suspende la virtualidad relativa y potencialmente emancipadora que se podría derivar de la nueva capacidad “emprendedora” del trabajo vivo.

El primer elemento de la ecuación paradójica en torno al gobierno patronal del trabajo, la capitalización de sí que encarnan los guionistas empleados en la fabricación de contenidos de ficción para televisión, constituye un óptimo analizador del impacto real de las políticas neoliberales en los actuales escenarios laborales: resulta posible trazar una línea de conexión directa entre el ecosistema profesional de los escritores televisivos y la base de la intervención neoliberal sobre el trabajo y la sociedad en su conjunto, desplegada mediante la articulación de un prototipo de *homo-economicus* cuyo modelo de subjetivación está constituido por la figura del emprendedor (Lazzarato, 2008a). En este sentido, la razón fundamental del devenir empresario del trabajo en el ecosistema de la escritura televisiva es que las lógicas y los procesos de capitalización de los trabajadores indican que la conversión del trabajador en “capital humano” hace del guionista una suerte de empresa permanente y múltiple: el arquetipo del *homo-economicus* es un empresario de sí mismo (Foucault, 2004), de manera

simétrica al caso del escritor de ficción televisiva, tal y como hemos puesto de manifiesto en páginas anteriores.¹⁴⁴

El segundo elemento de la ecuación, la suspensión de la potencial libertad que la capacidad emprendedora otorga virtualmente al trabajador, se deriva de una mutación que escapa a las codificaciones tradicionales del mercado de trabajo: los escritores de televisión poseen tendencialmente una naturaleza profesional híbrida en la que no son ni asalariados en *stricto sensu*, ni empresarios, ni trabajadores independientes, sino que acumulan funciones diferentes de cada una de esas categorías sin reducirse a ninguna de ellas. Pese a las realidades de la parasubordinación de las que ya hemos dado cuenta, la mutación en la cualidad del trabajador que ponen de manifiesto fenómenos como su devenir empresario, su posesión del medio de producción o las cotas de autodeterminación de las que puede ser objeto su actividad laboral concreta, complejiza sobremanera los códigos de las relaciones de trabajo que clásicamente atribuyen al empresario la autonomía y sitúan al trabajador del lado de la supeditación. En este sentido, el propósito esencial del gobierno patronal del trabajo vivo es, precisamente, la reconstrucción permanente de ese reparto tradicional de funciones mediante una dinámica de control que cercene todo trazo potencial de independencia para el trabajador. Desde este punto de vista, la línea del nuevo paradigma de gobierno sobre el trabajo bascula sobre la limitación de las potencialidades positivas que para el trabajador pueden presentar fenómenos como la polivalencia, la movilidad y la independencia. Congelar en un ámbito meramente virtual dichas experiencias, impidiendo cualquier actualización de las mismas desde el interés y el punto de vista del trabajador, es la tarea fundamental del gobierno patronal sobre los escritores televisivos. Ese es precisamente el sentido de la precarización general de los mercados de trabajo audiovisual en general y de la escritura televisiva en particular: imponer que la ruptura entre el trabajador y su puesto de trabajo, la emancipación del oficio y la ampliación de conocimientos, sea vivida

¹⁴⁴ Sobre el concepto de emprendedor y de empresario de sí se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

por el guionista en circunstancias dramáticas, ajenas a cualquier significación positiva, sujetas a la subordinación y a la impotencia (Rolle, 1971). En este sentido, coartar estructuralmente la posibilidad de libertad para el trabajo vivo en un escenario de mutaciones en la relación de trabajo susceptibles de generar un hipotético mayor grado de libertad potencial para el trabajador no sólo señala el carácter paradójico del control patronal en los actuales escenarios productivos, sino que además conecta el ejercicio y la cualidad de dicho control con la matriz del gobierno neoliberal mismo: producir y consumir libertad al mismo tiempo que ésta se limita, se controla y se coarta (Foucault, 2004).¹⁴⁵ En este sentido, la parasubordinación del trabajo de los guionistas pone de manifiesto hasta qué punto el gobierno neoliberal se mueve en una línea de intensificación del control que posee una naturaleza eminentemente paradójica: tan pronto como el poder se vuelve menos restrictivo, menos corporal, se convierte en algo más intenso, saturando el campo de las acciones posibles (Read, 2009). La clave de su ejercicio patronal reside en una estrategia de cercenamiento y de control permanente de la relación entre autonomía, libertad y obligaciones del profesional de la escritura televisiva.¹⁴⁶

¹⁴⁵ “La nueva razón gubernamental tiene necesidad de libertad, el nuevo arte gubernamental consume libertad. Consume libertad: es decir, está obligado a producirla. Está obligado a producirla y está obligado a organizarla. El nuevo arte gubernamental se presentará entonces como administrador de la libertad, no en el sentido del imperativo ‘sé libre’, con la contradicción inmediata que puede plantear. El liberalismo no formula ese ‘sé libre’. El liberalismo plantea simplemente lo siguiente: voy a producir para ti lo que se necesita para que seas libre. Voy a procurar que tengas la libertad de ser libre. Y al mismo tiempo, si ese liberalismo no es tanto el imperativo de la libertad como la administración y la organización de las condiciones en las que se puede ser libre, verán con claridad que en el corazón mismo de esa práctica liberal se instaura una relación problemática, siempre diferente, siempre móvil entre la producción de la libertad y aquello que, al producirla, amenaza con limitarla y destruirla. El liberalismo, tal y como yo lo entiendo, ese liberalismo que puede caracterizarse como el nuevo arte de gobernar conformado en el siglo XVIII, implica en su esencia una relación de producción/destrucción [con] la libertad [...]. Es preciso por un lado producir la libertad, pero ese mismo gesto implica que, por otro, se establezcan limitaciones, controles, coerciones, obligaciones apoyadas en amenazas, etc.” (Foucault, 2004)

¹⁴⁶ Lorey (2006) explica que la disyuntiva entre autonomía, libertad y obligaciones, lejos de ser un mal que afecta a los “verdaderos emprendedores” constituye un elemento fundamental del capitalismo contemporáneo. Según Lorey “las ideas de autonomía y libertad están constitutivamente conectadas con los modos hegemónicos de subjetivación en las sociedades capitalistas occidentales”.

Esa intensificación del control patronal extiende de manera renovada el alcance de su ejercicio tanto al ámbito de los tiempos y los espacios de la actividad laboral formal, como a la vida del trabajador en su conjunto: cuando la naturaleza cognitiva del trabajo del escritor televisivo determina que su medio de producción (su cerebro) no cese su actividad en ningún momento, al mismo tiempo que la naturaleza socializada del proceso productivo, tal y como veremos en profundidad más adelante, implica la vida social del trabajador en su conjunto, el gobierno del trabajo se estira hasta ocupar con una intensidad inusitada el conjunto de las relaciones sociales. Esta intensificación acentúa irremediabilmente el hecho de que el análisis sociológico del trabajo no puede restringirse de ninguna manera al interior de la esfera de las actividades laborales reconocidas formalmente como tales.¹⁴⁷ Por ello, desdoblaremos nuestra mirada sobre el gobierno del trabajo en un doble desplazamiento que cubra tanto el campo del control situado del trabajador, como el control desterritorializado en el ámbito del conjunto de su vida social.

¹⁴⁷ Sobre este asunto se puede consultar en el inventario la entrada “Sociología de las relaciones salariales”.

3.1.5.2.1. Control situado

En el campo del control patronal del escritor en el ámbito físico de la empresa, resulta clave la centralidad que posee la organización del trabajo por proyectos, cuestión que ya hemos abordado en páginas anteriores. Dicha dinámica determina una modificación sustancial de las pautas del gobierno patronal sobre la actividad laboral del trabajador: el control gerencial desplaza su eje desde el contenido del trabajo a las misiones y los objetivos a los que debe sujetarse el trabajador (Zarifian, 1999). En la escritura televisiva, como en gran parte de los escenarios del trabajo cognitivo en general, la prescripción gerencial no se evapora ni desaparece, sino que modifica su localización: la gestión por proyectos impone al escritor la organización y gestión de su actividad en el territorio concreto de la duración y del plazo que prescriben y determinan los términos del proyecto:

“Eso depende, pero en la serie en la que estoy ahora, tú te lo guisas y tú te lo comes. Lo único que tienes que hacer es cumplir los plazos que te dan, que son fijos y no hay manera de saltárselos, porque se va a toda leche y si no está el guión la producción se para. (...) Da igual y ya te puede pasar lo que sea, como si caen chuzos de punta, tú tienes que entregar tal día y tienes que entregar tal día”

[ENTREVISTA 10]

“En realidad es como una cadena y una cosa va detrás de otra. O sea, que si no hay guión, no hay capítulo ni hay serie. (...) La producción ejecutiva te impone un ritmo y unos tiempos fijos de entrega porque la cadena les impone a ellos un ritmo y unos tiempos fijos de entrega. Y yo soy el responsable de que eso se cumpla y mis guionistas no se despisten. Y si tengo que sacar el látigo, lo saco... No, es broma... Bueno, a veces no es tan broma.”

[ENTREVISTA 4]

Los equipos de guionistas empleados en los ciclos de fabricación de series de ficción televisiva son susceptibles de protagonizar un nivel significativo de autonomía organizativa en la escritura de sus guiones: en el caso del equipo de guionistas de la serie *Hospital Central*, por ejemplo, los escritores se organizaban

a menudo los tiempos de trabajo, la duración de la jornada formal, los procedimientos concretos de la actividad laboral, etc. Sin embargo, los guionistas eran objeto igualmente de un rígido control sobre los resultados y los contenidos de una actividad determinada por entero por ritmos, plazos y duraciones impuestas tanto por la empresa productora que contrataba sus servicios, como por la cadena de televisión que emitía esos contenidos y monitorizaba la producción ejecutiva de los mismos. De esta manera, la gestión por proyectos introduce un cambio notable en el régimen clásico de control situado sobre el trabajo ligado al modelo industrial tradicional: podemos decir que la presión de la fecha del resultado en la producción serializada de contenidos para televisión reemplaza a la del minutaje de la operación de trabajo propia de la gran industria de producción en cadena.

Al mismo tiempo, dicha presión disloca profundamente la racionalidad básica de las relaciones, las prestaciones y las dinámicas de regulación laboral propias de los tradicionales marcos estables de empleo, cuya constitución y funcionamiento se suele sujetar a parámetros establecidos por las disposiciones normativas referidas a dicha materia. En concreto, la presión de la organización por proyectos altera decisivamente las condiciones de trabajo en relación a los criterios y a los derechos básicos en torno a las pautas de reproducción de la fuerza de trabajo, invalidando por completo los períodos vacacionales y de enfermedad como espacios de suspensión temporal de la prestación laboral del trabajador:

“¿Vacaciones? Yo no lo llamaría así, la verdad. Mira, este año, he tenido doce días en agosto para irme a la playa con mi chico y los doce días he tenido que estar escribiendo sin parar porque tenía que entregar un guión a mi vuelta. Es surrealista”

[ENTREVISTA 15]

“Sí, me he ido al pueblo de mi mujer, con los niños y eso. ¿Y sabes lo que he tenido que estar haciendo todos los santos días? Escribir el guión que me iban a pedir después de

Semana Santa. (...) Es una putada, pero es así”

[ENTREVISTA 19]

“Lo mejor de este trabajo son las vacaciones (risas). Nos dieron unos días en navidades y se me ocurrió la genial idea de irme con unos colegas a Marruecos, “para desconectar” (risas). Una desconexión de puta madre, mientras mis colegas se ponían de tés y de porros hasta arriba, yo me pasaba todas las tardes escribiendo un puñetero guión en la habitación de la pensión en la que estábamos.”

[ENTREVISTA 22]

“Ya te puedes romper la espalda, tener una hernia o coger la madre de todas las gripes, que te da igual. Cuando hay que entregar guión hay que entregar guión y punto. Si tienes la mala suerte de ponerte enfermo te tienes que arreglar como sea”

[ENTREVISTA 13]

“Sí, yo tuve una mononucleosis hace dos años (...) estuve con la baja médica y sin aparecer por la productora casi un mes, pero me dio igual, tuve que estar trabajando en casa porque tenía que entregar guión. Yo no sé si eso es ilegal o no, no tengo ni idea, pero lo que sí sé es que si no escribía ese guión no cobraba”

[ENTREVISTA 24]

En un contexto productivo como el que describen estos fragmentos de entrevista, con una prestación laboral absolutamente desterritorializada temporal y espacialmente, la prescripción de la tarea y su gobierno patronal tienden a ser reemplazados por un control de tipo modular y difuso, pero de una intensidad extrema e inamovible que descompone los clásicos equilibrios y parámetros de regulación y organización de la prestación laboral, así como de constitución material y temporal de la propia experiencia de trabajo: el escritor de ficción televisiva no va al trabajo, es el trabajo el que siempre va con él. Desde este punto de vista, vuelve a ponerse de manifiesto el carácter servil del régimen laboral al que sujetan su actividad profesional los guionistas. Una servidumbre acentuada por una realidad productiva marcada por la naturaleza omnipresente y ubicua del trabajo.

En un ecosistema productivo de este tipo la experiencia laboral se convierte en un campo completamente dúctil y flexible: el tiempo de trabajo del escritor de ficción televisiva, su espacio profesional, su espacio físico y su lugar en la empresa, sus competencias, su remuneración, sus períodos de descanso, todo deviene modulable.¹⁴⁸ Al contrario que sucedía en las coordenadas clásicas de la producción industrial, sujetas a la rigidez y a la estabilidad del contrato, el puesto y la jornada, para el escritor televisivo todo fluctúa y resulta variable, modificable, alterable. Como el ordenador personal con el que suele escribir sus guiones, su actividad posee una naturaleza portátil y se extiende al conjunto de los espacios y los tiempos de la vida: aunque el guionista tenga un empleo, en la mayoría de los casos carece de un puesto de trabajo.¹⁴⁹ En un contexto productivo de esta naturaleza, la disciplina localizada temporalmente y fijada en el espacio resulta imposible. El control disciplinario de tipo taylorista viene sustituido por una suerte de mando por modulación que ofrece al trabajador un reseñable grado de libertad para organizar sus actos de trabajo, su espacio y su tiempo, al mismo tiempo que articula una dinámica de control que bascula sobre el compromiso subjetivo del trabajador sobre el resultado de su labor (Zarifian, 2004b):

“Al final te implicas y te metes a saco, no lo puedes evitar... Ya puedes estar escribiendo la serie más vergonzosa del mundo o un bodrio como un castillo, lo cual suele pasar bastante a menudo (risas). Yo creo que no lo puedes evitar, te metes en los diálogos, en la piel de los personajes... No sé, es que estás contando historias y siempre pones parte de ti en ellas, es inevitable”

[ENTREVISTA 12]

“Muchas veces empiezas a escribir como en automático, porque la serie te da igual y ni te gusta ni nada, pero al final te acabas metiendo, porque es lo que hay y no puedes dialogar sin meterte en

¹⁴⁸ Para un mínimo desarrollo de la cuestión de la modulación se puede consultar el inventario: “Control por modulación”.

¹⁴⁹ Sobre la cuestión de puesto de trabajo se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

el asunto, sin implicarte en lo que estás haciendo. (...) También lo que pasa es que en tus guiones estás tú, por mucho que puedas llegar a odiar lo que estás escribiendo. Está tu forma de escribir, tu ingenio... Tu prestigio. Cuando la gente de producción o los actores se leen un guión tuyo, te están leyendo a ti y eso es así. O sea que te tienes que poner las pilas lo quieras o no”

[ENTREVISTA 9]

“(...) es un trabajo creativo, cuando escribes estás creando cosas... Es imposible que no te comprometas con lo que estás haciendo, aunque no te guste, porque siempre quieres hacerlo bien, ser ingeniosa, que los personajes y las historias funcionen... Aunque muchas veces no te las creas ni tú (risas)”

[ENTREVISTA 25]

El compromiso subjetivo del escritor televisivo con el resultado de su actividad resulta un elemento básico de una realidad laboral que, como ya hemos señalado, resulta completamente modulable y dúctil. Por un lado, dicho compromiso focaliza la atención del guionista en el contenido y la calidad del resultado de su actividad, desplazando las condiciones de trabajo a un lugar secundario y convirtiéndolas en un elemento altamente maleable. Por otro lado, el compromiso subjetivo del trabajador indica una reseñable interiorización de las condiciones de la producción. Expresiones como “es lo que hay” o “te tienes que poner las pilas lo quieras o no”, desvelan una concepción de las condiciones y los contenidos del trabajo como imperativos categóricos, indicando un grado reseñable de autodisciplina. En cierto sentido, el compromiso del escritor con aquello que escribe le lleva a realizar aquello que efectivamente debe realizar como si realizara aquello que efectivamente quiere realizar (Bilbao, 1988)¹⁵⁰.

Volveremos a las pautas patronales de control situado de la tarea de los guionistas cuando abordemos la cualidad del trabajo concreto que despliegan a lo largo de su actividad laboral. Ahora nos adentraremos en el análisis de las dinámicas deslocalizadas y ublicuas de control de los trabajadores.

¹⁵⁰ Para una aproximación a la cualidad del compromiso subjetivo del trabajador en los actuales escenarios productivos se puede consultar la entrada del inventario “Trabajador socializado”.

3.1.5.2.2. Control desterritorializado: relación-deuda y financiarización

¿Cómo es posible que me caiga bien un banco? Es incomprensible.

Campaña publicitaria de ING Direct

La deuda queda grabada en los cuerpos de los súbditos como memoria. Los súbditos sólo pueden ser sujetos en cuanto sujetos, están siempre en posición de demanda y de promesa de fidelidad – súbditos o fieles-: gracias, Señor, por estos dones que hemos recibido, yo te prometo a cambio servirte eternamente.

Jesús Ibáñez

Pese a que los escritores de guiones televisivos de ficción nos hablan en algunos de los extractos de entrevistas citados de un compromiso subjetivo que se deriva por completo de la naturaleza de la actividad laboral que desarrollan, particularmente del carácter creativo de la misma, la mirada sociológica nos permite ensanchar el origen y el sentido de dicho compromiso más allá del trabajo concreto que desempeñan. Es, de hecho, fuera de la actividad laboral donde se fragua una potente dinámica de control social difuso que no resulta tanto de la organización del trabajo y su contenido, como de la socialización del trabajador. La constitución de una existencia precaria e incierta, siempre sobre el alambre de las arbitrariedades que conlleva el carácter intermitente de la prestación laboral y, por tanto, del acceso a la renta, se teje sobre una trama estratégica de políticas e intervenciones que cortocircuitan la autonomía potencial de la que es sujeto el guionista, generando un trabajador ya disciplinado en el momento de incorporarse a la tarea, así como dificultando hasta el extremo la potencial posibilidad de desarrollo autopoietico, abierto potencialmente tanto por su devenir empresario, como por la encarnación en sí del capital fijo.¹⁵¹ Modulación de la precarización de la existencia y de la inseguridad son, precisamente, las claves de las políticas neoliberales, en una continua producción de emergencias que sujeta al trabajador a un permanente estado de excepción:

¹⁵¹ Sobre el desarrollo autopoietico se puede consultar la entrada “Autopoiesis” en el inventario.

“Mi problema no es cuando no tengo trabajo, sino cuando no tengo dinero. El marrón es ese, es el dinero, no el trabajo, de hecho lo jodido es cuando tienes demasiado trabajo (risas)... No, pero en serio, sí te digo que se pasa mal, que nunca sabes qué va a ser de ti, porque si se te cae la serie en la que estás trabajando, te quedas con el culo al aire y a verlas venir, bueno más bien a buscarte la vida otra vez y a ver si sale algo por ahí. (...) Acojona, la verdad, acojona mucho y es algo que te tiene atado”

[ENTREVISTA 22]

“Al final te agarras a lo que sea. A veces pueden pasar muchos meses entre un trabajo y otro y aunque tiras de ahorros y de la SGAE como puedes, al final tienes que aceptar lo que te viene y ponerte a escribir lo que te caiga”

[ENTREVISTA 8]

La producción de inseguridad para el trabajo implícita en unas relaciones laborales ancladas en la inestabilidad de la prestación y del ingreso, fruto de una configuración de los mercados laborales que prima la incertidumbre para el trabajador y la flexibilidad desde el interés gerencial, pone al descubierto los “efectos de poder” que todas las políticas y los dispositivos económicos poseen (Lazzarato, 2008a). Tal y como apuntan los propios escritores televisivos, el acceso a la renta se constituye en el elemento sustancial de una sujeción a los parámetros ofertados por la industria televisiva para el ejercicio de la profesión, parámetros que aparecen para los guionistas como inapelables.

La renta ha sido, precisamente, uno de los objetivos fundamentales de las políticas neoliberales en las últimas décadas, dando lugar a un aumento sustancial de la brecha entre las rentas del trabajo y las rentas del capital en España: la cuota del trabajo asalariado y autónomo en la renta nacional pasó del 62% en 1992 al 54,4% en 2005 (Rizzi, 2007). Al mismo tiempo, tal y como apunta Navarro (2007), durante el período 1999-2006 los costes laborales solamente crecieron en España un 3,7%, lo que significó cinco veces menos que en el conjunto de la Unión Europea. Sin embargo, las empresas vieron aumentar su beneficio neto durante el mismo período en un 73%, más del doble que la

media de la Unión Europea (33%). Mientras que el salario promedio en el año 2005 tenía la misma capacidad adquisitiva que en 1997, habiendo crecido únicamente el 0,4% en 10 años, el beneficio neto de las compañías no financieras españolas creció durante el mismo año el 26,2% y el aumento de las ganancias de las empresas que cotizan en bolsa y que se incluyen en el Ibex 35 fue de un 44%. Según la Asociación Española de la Banca, los beneficios de las entidades financieras alcanzaron aquel año un crecimiento promedio del 58,82% respecto al año anterior. A tenor de estos datos, el enorme desequilibrio entre las rentas del trabajo y las rentas del capital opera como auténtica maquinaria de producción de desigualdad en la relación entre ambos, alimentando el ecosistema de precariedad generalizada en el que viven y acceden a la renta los escritores audiovisuales, así como el conjunto de los trabajadores en nuestro país.

De los datos económicos reseñados, resulta especialmente significativa la información sobre los beneficios de las entidades financieras españolas, cuyo crecimiento ha tenido en la práctica del crédito uno de sus motores fundamentales. El beneficio atribuido a los bancos españoles durante el primer semestre de 2006 fue de 11.659 millones de euros, una cifra record que supuso un incremento del 41% respecto al mismo período del año precedente. Uno de los motores básicos de dicho crecimiento fue el crédito, que aumentó un 20,6% en relación al ejercicio anterior (EFE, 2006). En el mismo período en 2007, las cinco entidades bancarias más importantes del país ganaron 15.350 millones de euros, lo que supuso un 19% más que en el mismo ejercicio del año previo. Las razones de este comportamiento volvieron a vincularse con el crecimiento del crédito, tanto hipotecario, como al consumo y a las empresas, con una tasa de crecimiento anual de alrededor del 25% (De Barrón, 2007). Tal y como apuntaba un informe elaborado por Caixa Catalunya en 2010, “durante el último ciclo expansivo, la economía española ha registrado un crecimiento del préstamo muy por encima del experimentado por el conjunto del área del euro, lo que ha permitido aumentar el peso relativo desde niveles muy reducidos, situándose en niveles similares a los del peso de la actividad, alrededor del 12% en el

acumulado hasta noviembre de 2009. Sin embargo, si se centra el análisis en el peso del préstamo del sector privado excluyendo instituciones financieras y monetarias (IFM en adelante), el peso del crédito en España se sitúa en el 18,9% del total, muy por encima del peso relativo del PIB. El crecimiento del crédito al sector privado excluyendo IFM entre el 2004 y el 2007 fue del 23,4% en promedio anual en España, frente al 6,2% del resto del área del euro (8,4% el conjunto del área). Este mayor crecimiento del crédito al sector privado ha provocado que el peso de España en el volumen de crédito del área haya pasado del 11,7% en 2004 al 18,9% en 2009. Situándose por tanto, muy por encima del peso relativo en PIB, ya que aunque el crecimiento económico de España ha sido superior al del resto de Europa, el peso del PIB se ha incrementado en dos puntos porcentuales, pasando del 10,0% del 2003 al 12,0% en 2009. (...) El incremento de la cuota del crédito en España respecto al conjunto del área del euro, se ha producido en todos los segmentos de crédito, aunque cabe destacar el incremento del concedido a las sociedades no financieras (SNF en adelante), que ha pasado del 12,2% en 2003 al 19,9% en 2009, y el crédito destinado a la adquisición de vivienda, que ha aumentado en 7,4 puntos porcentuales su peso desde 2003, hasta situarse en el 18,8% en 2009. (...) El crédito al consumo de los hogares ha registrado un incremento de menor magnitud, pasando del 11,0% en 2003 al 15,4% en 2009 sobre el total del crédito al consumo del área euro. Este incremento del peso relativo ha sido el resultado, lógicamente, de mayores incrementos del crédito en España respecto al resto del área, ya que entre 2003 y 2007, el crédito a SNF creció el 20,3%, frente al 5,9% del resto del área (8,5% en el conjunto del área), y el dirigido a hogares para la compra de vivienda aumentó un 23,1% en promedio en España frente al 8,2% del resto del área (10,2% en el conjunto)” (Caixa Catalunya, 2010).

Al mismo tiempo que el diferencial entre rentas del trabajo y del capital se ha disparado, el crédito no sólo se ha convertido en el principal instrumento de garantía de la reproducción de la organización económica, sino que ha resultado uno de los instrumentos más importantes de control social, haciendo de la *deuda*

uno de los principales mecanismos de sujeción de los trabajadores:

“Pues mucho miedo... mucha angustia, porque tienes dos créditos que pagar todos los meses y te ves que la serie se cae y te quedas en la calle. Mi chico y yo estamos pagando un casa y dos coches, ya me dirás...”

[ENTREVISTA 15]

“Sí te lo planteas pero, ¿qué haces? Tienes que vivir, ¿no?... Yo qué sé... Te tienen pillado, pero así estamos todos, ¿no? Por eso haces lo que sea y estás calladito, porque todos los meses te cae la hipoteca del piso y el coche... Pero eso... Si es que estamos todos igual”

[ENTREVISTA 13]

El testimonio de los escritores de televisión pone de manifiesto hasta qué punto el crédito se ha convertido en un mecanismo de financiarización generalizada de la vida y en una herramienta de gobierno de las poblaciones. Desde este punto de vista, emerge una cualidad no economista de los fenómenos económicos que subraya la producción y control de la subjetividad y las formas de vida como efecto y producción capital de los dispositivos económicos (Lazzarato, 2011). Así, la deuda aparece abiertamente como una técnica de control social que en España se ha desarrollado con una intensidad particularmente reseñable: en noviembre de 2004 el Servicio de Estudios del Banco de España presentó los resultados de una encuesta financiera a las familias que tomaba como base datos referentes al último trimestre de 2002, señalando que el ratio de endeudamiento familiar había llegado ya al 100% de la renta bruta disponible. De igual manera, apuntaba que el 43,6% de los hogares tenía algún tipo de deuda, con un importe medio de 22.000 euros, cantidad que aumentaba en el caso de los jóvenes, los trabajadores autónomos y los hogares con dos sueldos (Vega, 2004). En 2006, tan sólo dos años después, el Banco de España informaba de nuevo de que el endeudamiento de las familias marcaba un record histórico en nuestro país, al situarse en 772.512 millones de euros, lo que equivalía a más del 82% del PIB y suponía un incremento del 19,4% en relación a 2005. Según la misma fuente, sólo entre marzo y junio de 2006 el endeudamiento creció en 41.423 millones de

euros (Europa Press, 2006). En 2007 un informe de coyuntura elaborado por Caixa Catalunya señalaba que la deuda de las familias españolas había pasado del 66% de la renta familiar disponible al 103% entre los años 1999 y 2005 (EFE, 2007). En 2008, el Banco de España volvía a informar de que al cierre del primer trimestre del año la deuda de las familias alcanzaba en nuestro país un nuevo máximo histórico, al situarse en 945.712 millones de euros, un 9,4% por encima de las cifras registradas en el mismo período del año anterior, equivalentes al 90% del PIB (Minuto Digital, 2008). Esta batería de datos indica la enorme intensidad alcanzada por el dispositivo deuda y desvela el elevado nivel de emergencia y contingencia que ha sujetado al trabajo vivo en nuestro país en los últimos años.

El extremadamente elevado nivel de la deuda de las familias en España, al mismo tiempo que pone de manifiesto el alcance del crédito como dispositivo de control social, se relaciona directamente con la fuerte crisis económica que desde el otoño de 2008 afecta a España y al conjunto de la Unión Europea con una especial virulencia. Conviene no olvidar que dicha crisis se deriva en su origen del bloqueo de las dinámicas de crédito desmedido a las clases trabajadoras con menores ingresos y del colapso temporal del dispositivo deuda por el insostenible nivel de endeudamiento de las familias en Estados Unidos. Dicha falla en el modelo crédito, extendida al conjunto del sistema financiero y económico mundial en pocos días en 2008, no sólo se relaciona con una crisis económica de orden estructural, sino que implica un límite temporal del mecanismo crédito como uno de los ejes más notables de la gubernamentalidad neoliberal. A pesar de la insistencia mediática e institucional en que los denominados préstamos *subprime*, créditos a personas y familias de pocos recursos y con evidentes dificultades para la devolución de la deuda contraída, son una particularidad de la economía estadounidense, los datos referidos al negocio financiero en España apuntan una realidad evidentemente distinta: según datos del Banco de España (2011), los préstamos con alto riesgo de impago sumaban en nuestro país 89.819 millones de euros en febrero de 2011, aún con la ausencia de datos referentes a

importantes entidades bancarias que según estimaciones oficiales elevaría la cifra por encima de los 100.000 millones de euros. Dichas cifras implican que uno de cada cinco créditos concedidos por los bancos y cajas en España responde a este perfil de préstamos de riesgo a familias o particulares con escasos recursos, cuyo colectivo posee una morosidad del 6,1%, lo que triplica la media del sistema. Según el propio Banco de España los destinatarios de dicha política crediticia son fundamentalmente trabajadores migrantes y jóvenes precarios sujetos a una marcada temporalidad en el empleo (De Barrón y Jiménez, 2011). El volumen de los préstamos de alto riesgo concedidos por la banca española y las cajas de ahorros subraya la intensidad que posee el dispositivo crédito en nuestro país, una intensidad que supera y se impone a la prudencia que los especialistas aconsejan para el negocio financiero. El carácter continuado de la tendencia que apuntan los datos referidos se pone de manifiesto en el hecho de que según el Banco de España, la morosidad de los créditos concedidos por bancos, cajas, cooperativas y establecimientos financieros de crédito (EFC) a particulares y empresas se situó en febrero de 2011 en el 6,19%, el nivel más alto desde septiembre de 1995 (Banco de España, 2011). La misma institución apuntaba además que el volumen de créditos de dudoso cobro sumaba 112.458 millones de euros en el mes de febrero de 2011, lo que representa un 14,5% más que en el mismo mes de 2010.¹⁵²

En un contexto como el que describen los datos, la deuda privada, es decir, aquella contraída por las familias y las empresas, sumada a la deuda soberana o social, aquella a la que ha sido inducido el estado y las instituciones públicas, configuran un sistema generalizado y colectivo de deuda que opera como mecanismo de gobierno a través de la reducción de la incertidumbre sobre el comportamiento de los gobernados. Lejos de un orden que bascula sobre técnicas disciplinarias focalizadas predominantemente en el control situado del

¹⁵² Se consideran créditos dudosos a aquellos que presenten dudas razonables sobre su reembolso total (principal e intereses) en los términos pactados contractualmente. Dentro de estos se incluyen los créditos morosos, que son aquellos que tienen algún importe vencido, bien del principal, bien de los intereses o gastos pactados contractualmente, con más de tres meses de antigüedad.

trabajador, propio del sistema de producción de la gran industria, la dinámica de control a la que se sujetan los escritores televisivos, y con ellos el conjunto de la población flotante que compone la fuerza de trabajo actual, posee sobre todo un carácter deslocalizado, fluido y permanente, operando sobre la subjetividad, los comportamientos y las formas de vida. Evidentemente, en la génesis y la naturaleza de la relación salarial misma ha estado siempre inscrita una sujeción estructural del trabajador, obligado sistemáticamente al trabajo como mediación social obligatoria con la que insertarse en la sociedad y acceder a su reproducción. Sin embargo, los efectos de poder de las políticas neoliberales implican un grado todavía más intenso de sujeción: las nuevas pautas de control modifican la secuencia temporal de la sujeción del trabajador implícita en el trabajo y, al mismo tiempo, alcanzan cotas psicológicas y subjetivas de mayor violencia.

De esta manera, la relación-deuda aparece a la vez como diferente y complementaria de la relación capital-trabajo. Tal y como apunta Lazzarato (2011), la relación entre prestador y endeudado solicita algo mucho más intenso e integral que el trabajo: explota la acción ética y la actividad de constitución de sí del trabajador a un nivel tanto individual como colectivo. Así, a diferencia del trabajo, lo que moviliza la relación de crédito no son las capacidades físicas e intelectuales del trabajador, sino la moralidad de la persona endeudada, su modo de existencia, su “ethos”. Los escritores de ficción televisiva y el conjunto del trabajo cognitivo enfrentan una dinámica de explotación y de sujeción que se extiende de manera integral a la totalidad de la existencia. Se trata de una doble forma de poder: por un lado, las realidades del trabajo desvelan la existencia de un *biopoder* que actúa sobre una actividad laboral que resulta indistinguible del conjunto de la vida, tal y como veremos de manera pormenorizada más adelante; por otro lado, las implicaciones de la relación-deuda desvelan la existencia de un poder sobre la vida que sujeta la propia constitución de sí de las personas.¹⁵³

¹⁵³ Para una definición de la categoría de “biopoder” se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

Marx (1968) expresa de manera precisa y magistral el alcance de la relación-deuda como dispositivo de biopoder:

“Se trata de una alienación de sí, una deshumanización todavía más infame y exagerada puesto que su elemento no es la mercancía, el metal o el papel, sino la existencia moral, la existencia social, la intimidad del corazón humano en sí mismo”

Hablamos de una forma integral de control que despliega su efecto de poder fundamentalmente en el tiempo. El dispositivo crédito introduce una modificación sustancial en la secuencia temporal propia del modelo clásico de relación entre producción y reproducción del trabajador: el crédito anticipa el consumo a la producción, primero se compra y luego se redime la deuda mediante el trabajo, lo que intensifica el nivel de la obligación y posibilita un ejercicio de control capaz de disponer anticipadamente de la conducta del trabajador, puesto que la deuda permite prever y establecer equivalencias entre los comportamientos actuales y los comportamientos futuros. Como señala Baudrillard (1975), “no hace mucho tiempo aún la compra del comedor, del automóvil, era el término de un largo esfuerzo de economía. Se trabajaba soñando con adquirir: la vida es vivida conforme al modo puritano del esfuerzo y de la recompensa, pero cuando los objetos están allí, es que han sido ganados, son un recibo del pasado y seguridad para el porvenir. Un capital. Hoy en día, los objetos se encuentran allí antes de haber sido ganados, son un anticipo de la suma de esfuerzos y de trabajo que representan, *su consumo precede, por así decirlo, a su producción*. Ciertamente es que no tengo, respecto de ellos, puesto que no hago más que valerme de ellos, responsabilidad patrimonial, no me han sido legados por nadie y no se los legaré a nadie. Es otro constreñimiento el que ejercen; están, por así decirlo, suspendidos encima de mí, que tengo que irlos pagando. (...) Hoy en día ha nacido una nueva moral: precesión del consumo sobre la acumulación, huida hacia adelante, inversión forzada, consumo acelerado, inflación crónica (se vuelve absurdo economizar): de esto resulta todo

el sistema en el que primero se compra para redimir la deuda después mediante el trabajo”. En cierta medida, tal y como señala Baudrillard, el dispositivo crédito reinstaura una situación propiamente feudal: el carácter servil de la relación con el empleador reaparece en la figura de un trabajo debido de antemano al señor.¹⁵⁴

Desde este punto de vista, la relación-deuda como clave estratégica de las políticas y las formas de control neoliberal subraya hasta qué punto el neoliberalismo constituye un régimen de acumulación y de dominación basado fundamentalmente en una apropiación del tiempo social a partir del control sobre las pautas y posibilidades de producción de futuro. En este sentido, las políticas neoliberales instituyen una dinámica paradójica de acción sobre el presente que, al mismo tiempo que impone a las personas un régimen generalizado de contingencia y precarización de la vida que abole la posibilidad de articulación existencial de un programa de futuro, prevé dicho futuro, lo anticipa y lo modela anulando toda capacidad de decisión y autonomía de las personas. De esta manera, el neoliberalismo se muestra directa y abiertamente como forma de poder que reproduce con una intensidad y una precisión inusitada el principio básico de todo poder: reservarse para sí el azar y atribuir la norma a los súbditos (Ibáñez, 1994a).

En este sentido, la clave de la relación-deuda como dispositivo de dominación neoliberal reside en el hecho de que activa una dinámica de control que penetra el orden psicológico y subjetivo del trabajador activando una lógica de culpabilidad y de responsabilidad.¹⁵⁵ La angustia de la deuda se deriva precisamente de una combinación entre ambos elementos subjetivos: la culpa por

¹⁵⁴ “Ya no vivimos en los tiempos de los siervos, ni tampoco vivimos en los tiempos de los usureros: estos constreñimientos han sido abstraídos y amplificados en la dimensión del crédito. Dimensión social, dimensión del tiempo, dimensión de las cosas. A través de ella y de la estrategia que la impone, los objetos desempeñan su papel de aceleradores, de multiplicadores de las tareas, de las satisfacciones, de los gastos: se convierten en un volante de arrastre, su inercia misma se convierte en una fuerza centrífuga que impone a la vida cotidiana su ritmo de huida hacia delante, de suspenso y de desequilibrio” (Baudrillard, 1975).

¹⁵⁵ Nietzsche liga directamente deuda y culpa en el segundo tratado de su *Genealogía de la Moral*. Sobre este asunto se puede consultar la entrada “Culpa de la deuda” en el inventario.

una acción que hipoteca la existencia y la responsabilidad que ata al individuo al pago regular por esa acción a través del trabajo. El deudor inscribe el futuro de su existencia en los parámetros de la obligación de satisfacción de la deuda contraída como único presente. Como ya hemos visto, su tiempo y su comportamiento se hacen previsibles, regulables, calculables a través de la constitución de una memoria de la deuda: memoria de la empleabilidad permanente, de la disponibilidad, de la docilidad a lo largo y ancho del mercado de trabajo y del consumo, puesto que el individuo se debe en última instancia a la devolución de un crédito (Lazzarato, 2008a).

Como prueba del temor opresivo y de la culpa que soporta el trabajador endeudado, y a título de inventario de la fenomenología de la angustia asociada a la relación-deuda, basta citar el caso de un coordinador de guiones al que entrevistamos en el marco de nuestra investigación. El mismo día que lo conocimos en la sede de la empresa productora encargada de la fabricación de la serie cuya escritura coordinaba, el trabajador estaba desencajado y tenía muy mal aspecto. Los guionistas de su equipo le preguntaron cómo estaba y él, con un tono verdaderamente enfermizo, les respondió que un poco mejor, pero que no acababa de pasársele. Cuando el coordinador se marchó, les preguntamos a los guionistas si estaba enfermo. Ellos nos respondieron que no, que lo que ocurría es que se acababa de comprar una casa con un crédito hipotecario y desde que le habían concedido el préstamo en el banco no pegaba ojo y no hacía más que echarse a llorar de manera repetida. Él mismo nos habló del asunto en la entrevista que realizamos con él días después como parte del trabajo de campo de la investigación:

“Me sudan hasta las manos y llevo dos semanas sin dormir... Yo soy muy aprehensivo, pero es que saber que voy a tener que estar pagando el crédito toda la vida, porque va a ser toda la vida... Me da pánico sólo pensarlo. (...) Es como si me hubiera puesto la soga al cuello yo solito. Voy a tener que estar escribiendo series hasta que me muera”
[ENTREVISTA 4].

Es llamativo el uso del vocablo “pánico” para nombrar su estado de ánimo. Pese a que pueda resultar exagerado, el estado en el que estaba cuando le conocimos bien podría haber indicado un estado traumático análogo al pánico. Virno (1994) y Marazzi (2002) han relacionado la experiencia pánica con una desarticulación del lenguaje y de las representaciones: “ser presa del pánico, más que hipersudoración, palidez, palpitaciones, disnea y temblores, quiere decir perder el uso de la palabra. El miedo es tal que no se tiene la capacidad de referirlo a ningún objeto concreto del que defenderse, lo que equivale a no poder producir representaciones” (Marazzi, 2002). Lo interesante es que, en el caso del coordinador de guiones, el sujeto del pánico es un profesional que trabaja con el lenguaje produciendo representaciones, lo que implica inevitablemente que la deuda funciona como dispositivo que sujeta la existencia del individuo de manera integral, atravesando con su sujeción las capacidades laborales fundamentales del trabajador. Cuando el control y la sujeción poseen una dimensión subjetiva y psicológica, más allá de que se manifiesten formalmente en el tiempo y en el espacio formal del proceso de trabajo, necesariamente interfieren y condicionan el desarrollo de la actividad laboral del trabajador cognitivo. Efectivamente, el carácter servil de la relación de trabajo que desata el dispositivo crédito, por usar la ya referida caracterización de Boudrillard, acaba por intervenir directamente en el proceso de trabajo mismo, condicionando el ejercicio y el contenido de la propia actividad laboral, así como lastrando la capacidad de sustracción o de resistencia del trabajador:

“No me gusta y muchas veces me da hasta vergüenza lo que yo he escrito cuando lo veo en la tele, pero qué voy a hacer, no tengo otra... Aquí al final de lo que se trata es de pagar el piso, el coche y la papilla de mi hija. No hay más. Es muy triste, pero es así (Pausa) A veces es muy frustrante” [ENTREVISTA 19].

Paolo Virno (2002) liga la cualidad de las actuales formas de vida y de trabajo con una mutación de la naturaleza de la angustia, particularmente de su relación

con la experiencia del miedo. La diferencia entre ambas categorías, miedo y angustia, designa la distinción entre un temor circunscrito y un temor indeterminado: el miedo se refiere a un hecho bien preciso, mientras que la angustia no presenta una causa concreta que la desencadene. Según Virno, tal distinción entre temor circunscrito y temor indeterminado resulta operativa “allí donde existen comunidades sustanciales que constituyen un cauce capaz de canalizar la praxis y la experiencia colectiva. Un cauce hecho de usos y costumbres repetitivos y, por ello, confortables, de un *ethos* consolidado. El *miedo* se sitúa dentro de la comunidad, de sus formas de vida y de comunicación. La *angustia*, por el contrario, aparece cuando existe una distancia de la comunidad de pertenencia” (Virno, 2001). Las formas de vida que envuelven los circuitos productivos actuales y a través de las cuales se expresa la cualidad del presente de las relaciones sociales aparecen generalmente desprovistas, precisamente, de lazos comunitarios y de pertenencia: sin vínculos sólidos la vida se torna existencia líquida¹⁵⁶. Este es uno de los datos fundamentales de la precariedad de la existencia en nuestros días. La tendencia a la individualización de las relaciones laborales y a la consolidación de un universo productivo hecho de disonancias y divergencias constantes en el régimen laboral de unos trabajadores y otros, converge con un clima general de disolución de los esquemas comunitarios y de los proyectos vitales compartidos, dificultando enormemente la constitución de comunidades de pertenencia:

“Tú te lo guisas y tú te lo comes, es así. Cada uno mira por lo suyo y al final tú haces lo mismo. (...) Yo veo mucha desunión, mucho individualismo, pero no en la tele, por todas partes. A mí a veces me da como vértigo y me agobia... Es como si todos estuviéramos juntos y, al mismo tiempo, estuviéramos solos. Yo qué sé... (Pausa. Risas) Se me ha ido la olla, vas a pensar que estoy loca”
[ENTREVISTA 15]

En un escenario como el actual, marcado por la precarización general de los mercados de trabajo y de los ejes espacio-temporales de la vida social, la línea

¹⁵⁶ Sobre el concepto de “vida líquida” se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

divisoria entre miedo y angustia, temor relativo y temor absoluto, tiende a disolverse. Allí donde no hay comunidades sustanciales no existe la posibilidad de una distinción efectiva entre un “adentro” y un “afuera”, operándose una yuxtaposición de la angustia y del miedo: la angustia se hace miedosa y el miedo se hace angustioso.¹⁵⁷

La financiarización de la economía y de la vida social con la que se relaciona directamente el despliegue generalizado del dispositivo crédito, así como la erosión sistemática del gasto público en políticas sociales en España, articulan un ecosistema de desprotección del trabajo vivo que contribuye decisivamente a atar al trabajador a un régimen de riesgo y de peligro permanentes, máquina de sujeción de la vida al miedo y a la angustia. Los datos relativos al nivel de gasto público en políticas sociales en España ilustran el alto nivel de desprotección sobre el que descansa el régimen de riesgo en el que vive el trabajo vivo en nuestro país. Entre 1975 y 1993 los gastos sociales crecieron en España 12,4 puntos respecto al PIB, aproximándose a la media europea (la distancia inicial de 13,3 puntos se redujo a 5,6). Sin embargo, entre 1993 y 2005 la inversión en políticas sociales bajó 3,5 puntos respecto al PIB, lo que nos volvió a alejar de la media europea (a 7,9 puntos). De este modo, los recursos para políticas sociales han crecido a un ritmo inferior al de la economía general del país, exactamente una cuarta parte menos; si la comparación se establece con la riqueza de los hogares (suma de activos financieros e inmobiliarios, siempre en euros constantes), el gasto social ha decrecido un 67% (Colectivo IOE, 2008a). Según el Eurostat de 2003, España era en esa fecha el país de la Unión Europea de los Quince, el grupo de países de desarrollo económico semejante al español, que tenía un gasto público social como porcentaje del PIB más bajo de la UE-15. El capítulo de protección social, que son todos los gastos en transferencias y servicios públicos del estado de bienestar, excepto educación, era sólo un 19,7% del PIB, mucho más bajo que el gasto en protección social promedio de la UE-15

¹⁵⁷ La disolución de la diferencia entre la angustia y el miedo se relaciona directamente con una disolución simétrica de la diferencia entre el riesgo y el peligro. Sobre el asunto se puede consultar la entrada “Riesgo y peligro” en el inventario.

(28,3%). Sólo Irlanda tenía un porcentaje menor, 16.5%, del PIB. Estos datos muestran claramente que la España Social está a la cola de la UE-15. En realidad, incluso cuando incluimos el promedio de todos los países de la UE-25, (28%), España estaba en 2003 muy por debajo de tal promedio. Si en lugar de utilizar el indicador de gasto público social como porcentaje del PIB utilizamos el gasto público social por habitante vemos, de nuevo, que España estaba a la cola de la UE-15. En 2003 España se gastaba 4186 euros estandarizados, es decir, euros que se han estandarizado para poder homologar su poder de compra en los países por los que Eurostat ofrece los datos, que es una cantidad mucho menor que el promedio de la UE-15 que era 6.926 euros estandarizados, también llamados unidades de poder de compra. Sólo Portugal estaba tan mal como España (Navarro, 2006). Las políticas de austeridad impuestas en el conjunto de la Unión Europea a partir de 2008 no han hecho más que acrecentar el déficit de inversión pública en España. Según datos del Eurostat, la oficina estadística de la Comisión Europea, España era en 2010 el país que dedicaba un porcentaje menor de su renta al gasto público, particularmente a aquel destinado al desarrollo de políticas de protección social, entre los grandes países de la Unión Europea. En 2010 el gasto público en España equivalía al 45% del PIB, 5,3 puntos por debajo de la media de los veintisiete países de la Unión Europea (Lago Peñas, 2012).

Tal y como apunta el Colectivo IOE (2008a), al mismo tiempo que se ha producido una disminución del gasto público en políticas sociales, se ha generado un incremento de participación de la iniciativa privada en los campos de la sanidad, la educación, la vivienda y las pensiones. La cuota de mercado de la sanidad privada había pasado del 24,5% al 29% en 2008; el 32% de la educación no universitaria era de titularidad privada ese mismo año, un punto más que en 1994, porcentaje que convertía a España, después de Holanda y Bélgica, en el país con mayor proporción de centros educativos privados en 2008; las viviendas de protección oficial se redujeron desde el 24% de las construidas en 1994 al 9% en 2006; el sistema privado de pensiones, de inscripción voluntaria, aseguraba ya ese mismo año a más de la cuarta parte de la

población, mientras se reducían las pensiones no contributivas o “universales” (que no exigen cotización previa), cuya cuantía media en 2006 era de 351 €/mes (menos de la mitad que el importe medio de las contributivas). Desde este punto de vista, al mismo tiempo que se acentúa el carácter servil de la prestación laboral, con la sustitución paulatina de la protección social por un régimen de *workfare* que liga directamente los derechos sociales del individuo a la consecución de un empleo, el dispositivo crédito se convierte en un mecanismo de financiarización generalizada que transforma los derechos sociales en deuda, desplegando un intenso proceso de mercantilización de los mismos: los derechos de jubilación aparecen cada vez más como seguros individuales, los aumentos salariales desaparecen en favor de los créditos al consumo y el derecho a la educación se torna tendencialmente demanda de un crédito para la formación.¹⁵⁸

Los protagonistas de la escritura televisiva, particularmente aquellos que desarrollan su actividad sujetos al estatuto del trabajo autónomo, constituyen un interesante analizador del nivel de penetración de la financiarización en el campo de las prestaciones sociales, confirmando con ello la existencia de un proceso tendencial de asunción absoluta de la carga de la reproducción de la fuerza de trabajo por parte del propio trabajador, en un contexto de pérdida de renta mediante un doble proceso de reducción del tradicionalmente denominado “salario indirecto”¹⁵⁹, así como del uso de una cuota cada vez mayor de la remuneración para hacer frente al acceso mercantilizado a servicios sociales que antes contribuía a sufragar el empleador:

¹⁵⁸ Para una definición del concepto de “workfare” se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

¹⁵⁹ “Además de los ingresos monetarios de los hogares, en los que se basan los indicadores de pobreza de Eurostat, el bienestar social depende estrechamente de los servicios públicos que las diversas administraciones públicas ponen a disposición de los ciudadanos y que se financian con los impuestos. Estos servicios constituyen el llamado ‘salario indirecto’ de los hogares y permiten acceder gratuitamente, o a precios subvencionados, a diversas prestaciones. En algunos casos estos servicios se proporcionan en metálico, como las pensiones, las prestaciones de desempleo o las becas a estudiantes, pero más habitualmente se trata de prestaciones no dinerarias, como la educación y la sanidad públicas, los servicios sociales especializados, los equipamientos colectivos, etc.” (Colectivo IOE, 2008).

“Tengo un seguro médico privado y estoy pagando un plan de pensiones todos los meses. Es que las cosas están muy mal y tal y como está el panorama, prefiero cubrirme las espaldas y estar tranquilo con el futuro y con lo de ahora, porque nunca se sabe”
[ENTREVISTA 7]

“Al principio me resistía, pero al final he entrado por el aro y tengo un seguro de jubilación. Es una manera de asegurarte el futuro, porque con la situación que tenemos y lo poco que acabo cotizando con tanta alta y tanta baja como autónoma, yo no voy a tener pensión ni de coña... Bueno, no la va a tener nadie”
[ENTREVISTA 14]

“Sí, me ha liado un cuñado mío que trabaja en Mapfre y me he terminado haciendo un plan de pensiones de esos... No sé, supongo que así estoy seguro de que voy a tener jubilación el día de mañana”
[ENTREVISTA 19]

“Tengo un seguro médico con ASISA y así estoy más tranquila, sobre todo ahora con los niños. Estaba hasta el gorro de la seguridad social y la verdad es que ASISA funciona muy bien. (...) Sí que es un dinero, porque además de eso yo me tengo que pagar ahora la seguridad social como autónoma, pero por ahora me las apaña y ya te digo que así estoy más tranquila”
[ENTREVISTA 9]

Más allá de la angustia por el presente y el futuro que desprenden las reflexiones recogidas en estos breves extractos de entrevista a escritores de ficción televisiva, así como la connotación de la realidad material que origina dicha angustia como un hecho consumado que se naturaliza y se asume desde la resignación, resulta interesante el carácter paradójico de la financiarización y de los seguros privados: aparece para el trabajador como un dispositivo de reducción de la incertidumbre y de la angustia, pero opera en realidad como maquinaria de multiplicación de las causas de riesgo al insertarse en un movimiento general de disolución política y económica de las protecciones sociales, así como de intensificación del régimen de precariedad. Cuando la protección social se desconecta de los derechos y se concibe como una inversión individual, la supervivencia se condiciona integralmente a la obtención de renta y el riesgo aumenta, multiplicándose la incertidumbre y la angustia potencial.

La conversión de la protección social en inversión individual se pone de manifiesto en la evolución de los seguros privados de salud y de jubilación en España. Si en 1989 existían en nuestro país 57 planes privados de pensiones inscritos en la Dirección General de Seguros y Fondos de Pensiones, en 2008 eran ya 3.293. Igualmente, si 317.777 ciudadanos eran partícipes de algún plan privado de pensiones en 1989, en 2008 la cifra ascendía ya a 10.598.591 personas (Ferruz, Alda y Muñoz, 2009). Por otro lado, en 2006 una cuarta parte de los españoles había contratado una póliza privada o una mutua de seguros sanitarios, aumentando el número de consumidores de seguros privados de salud un 17% desde 1991 (Sainz, 2006). En 2010 había en España 9 millones de personas adscritas a la Seguridad Social que contrataban además un seguro médico privado, así como un millón de ciudadanos que únicamente estaban adscritos a la asistencia sanitaria privada. Ese mismo año, el 30% de la actividad sanitaria total en nuestro país era de carácter privado, lo que suponía el 2,5% del PIB (El Periódico Extremadura, 2010).

La inclinación de los trabajadores hacia la adquisición de seguros privados de salud y de jubilación, así como el movimiento general de conversión de los derechos en inversiones individuales que dicha inclinación expresa, se conectan de manera coherente con la orientación general de la gubernamentalidad neoliberal: la línea general de intervención neoliberal es la conversión tendencial y paulatina de los trabajadores en pequeños propietarios (Lazzarato, 2008b).¹⁶⁰ El caso de los escritores de ficción televisiva ilustra de manera significativa esta lógica de reconversión del trabajador en pequeño propietario, no sólo por la tendencia observable en varios de los guionistas entrevistados a la financiarización de las prestaciones mediante la inversión individual, sino por la transferencia de las funciones productivas y organizativas del capital fijo al cuerpo vivo de la fuerza de trabajo, del que es propietario el trabajador, así como

¹⁶⁰ Para una definición del concepto de “gubernamentalidad” se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

por la conversión del mismo en un empresario de sí, tal y como hemos visto pormenorizadamente en páginas anteriores. La modulación patronal de dichas transformaciones en la cualidad de los trabajadores se sitúa, precisamente, en el centro de las dinámicas de control del trabajo vivo por parte de los empleadores y las empresas que contratan los servicios de los guionistas de televisión.

Dicha pauta de control, tal y como venimos observando, posee un carácter deslocalizado y permanente, saltando sus mecanismos los límites de la localización formal de la prestación laboral, apoyándose en una interiorización subjetiva de la dinámica de control por parte del trabajador y distribuyéndose por el conjunto de tiempos y espacios de su vida, actuando en el interior de sus prácticas comunes cotidianas. Cuando tanto la naturaleza cognitiva como el carácter socializado del trabajo hacen que éste se equipare a la vida social misma del individuo, haciendo indistinguibles los tiempos y los espacios del trabajo y de la vida, como ocurre en el caso de los escritores televisivos, el poder sobre el trabajo se despliega necesariamente como biopoder (Foucault, 2005): poder sobre la vida. Modulación, financiarización y precarización penetran la vida del guionista sujetándole a una vulnerabilidad y a una continua contingencia material que cortocircuita la potencia de autonomía y de emprendimiento que atesora. Desde este punto de vista, la precariedad no remite únicamente a un deterioro de las condiciones de desarrollo de las relaciones de trabajo y de la prestación laboral, sino que implica un régimen de gobierno que se despliega a través del control del *continuum* de la vida del trabajador. Su sentido gubernamental es doble: por un lado, operar como mecanismo estratégico fundamental de ligazón de inseguridad del trabajo con seguridad en la gestión económica para los empleadores (Bilbao, 1999); por otro lado, regular mediante la modulación la competencia emprendedora del trabajo vivo, controlando su capacidad de sustracción y de autonomía profesional.

En ese contexto de modulación como palanca de un control social ubicuo, la conversión de los derechos en inversiones individuales y el papel central de la

financiarización en el desarrollo de la lógica general de intervención neoliberal sobre la vida reorientan el sentido de la evolución histórica del propio proyecto del liberalismo, haciendo de él un bucle paradójico. Desde un punto de vista histórico, la imposición de las relaciones salariales y el desarrollo del concepto de propiedad, que impulsaron una ruptura tanto con la organización social del trabajo característica del artesanado, fundamentada en la unión inseparable del trabajador y del trabajo, como con las relaciones serviles y sus formalizaciones jurídicas y políticas, funcionaron como infraestructuras materiales del desarrollo del proyecto del liberalismo, siendo impulsado en sus orígenes por la preocupación formal por la cuestión de la libertad y de la autonomía de los individuos. La conversión del trabajador en pequeño propietario indica el punto de llegada de un proyecto que ha ligado históricamente la idea de libertad y de autonomía con el concepto de propiedad: “el hombre, dueño de sí mismo y propietario de su persona y de las acciones y trabajos de ésta, tiene en sí mismo el gran fundamento de la propiedad” (Locke, 1689). El alcance de las políticas neoliberales, sin embargo, con el renovado carácter servil del trabajo y de la vida que ponen de manifiesto fenómenos como la relación-deuda, tal y como hemos visto, demuestra el carácter circular y paradójico del proyecto liberal: si el liberalismo surgió históricamente como alternativa a la servidumbre, la realización de su proyecto marca su propio fracaso, puesto que los escenarios configurados por las políticas neoliberales emergen como territorios de desarrollo de una *neo-servidumbre* que encuentra en los procesos de precarización generalizada de la existencia su herramienta más privilegiada.

Tal y como hemos visto, la figura del escritor de ficción televisiva no sólo expresa de manera paradigmática el carácter servil de la relación-deuda y de la sociabilidad impuesta por las políticas neoliberales, sino que señala hasta qué punto dicha relación es, al mismo tiempo, una economía y una ética. La imposición neoliberal del dispositivo crédito y de la relación acreedor-deudor impone un proceso ético-político generalizado de construcción de sí a partir de una subjetividad y de una moralidad de la culpa. Desde este punto de vista, el

neoliberalismo subraya abiertamente que la economía constituye un verdadero proceso de subjetivación.

3.1.5.2.3. Derechos de autor y propiedad intelectual: *gadgets* del gobierno patronal y de la explotación de la escritura televisiva

Esta falta de claridad imperante entre ciertos músicos, escritores y críticos sobre su propia situación tiene consecuencias enormes, que no han recibido la atención que merecen. Creyendo encontrarse en posesión de algo que en realidad los posee, defienden un aparato sobre el cual ya no tienen ningún control, que ya no es un medio para el productor, como ellos piensan todavía, sino que se ha vuelto un medio contra los productores.

Bertolt Brecht

Llamarte a ti mismo autor en el cine, la más comunitaria de las formas de arte, es tan vanidoso que constituye casi una patología clínica (...) El 'autorismo' en su estrechez entraña una concepción miserable y unidimensional del proceso creativo en la cinematografía, (...) De hecho, asignar al director el crédito y toda la responsabilidad creativa es un síntoma de nuestro deseo creciente por simplificar procesos complejos de colaboración, relegando la responsabilidad colectiva a un lugar insignificante.

Ian David

Pero tengo la certeza de que el arte seguirá vivo porque todos somos creadores. Toda obra de arte, cada vez más, es una creación colectiva, una conquista colectiva que la atención y participación de cada espectador vuelve a la vida.

Ryszard Kapuscinski

Nada es original. Roba de cualquier sitio que te llene de inspiración o alimente tu imaginación. (...) La autenticidad es invaluable; la originalidad no existe.

Jim Jarmusch

En páginas anteriores hemos citado la angustia experimentada por el coordinador de un equipo de guionistas ante la deuda hipotecaria y cómo esa angustia era somatizada por el trabajador hasta el punto de generarle un efecto de patología física. Ese efecto de somatización ilustra paradigmáticamente cómo la vivencia de la precariedad se liga a procesos de corporeización de la misma: la relación-deuda había generado en el citado coordinador de guiones una angustia que se

reflejaba en el propio cuerpo del trabajador en forma de desequilibrio enfermizo. Tsianos y Papadopoulos (2006) han analizado la experiencia corporeizada de la precariedad en los actuales escenarios productivos, centrando particularmente su mirada en el caso de los trabajadores de corte cognitivo. Desde el punto de vista de estos autores, la traducción corporal de la condición precarizada se caracteriza, entre otras cosas, por: (a) *vulnerabilidad*: la continua experiencia de la flexibilidad sin ninguna forma de protección; (b) *hiperactividad*: el imperativo de adaptarse a la disponibilidad constante; (c) *simultaneidad*: la capacidad de manejar a la vez los distintos tiempos y velocidades de múltiples actividades; (d) *recombinación*: los entrecruzamientos entre varias redes, espacios sociales y recursos disponibles; (e) *inquietud*: estar expuesto a la sobreabundancia de comunicación, cooperación e interactividad, e intentar sobrellevarla; (f) *inestabilidad*: la continua experiencia de la movilidad a través de distintos espacios y líneas temporales; (g) *agotamiento afectivo*: la explotación emocional o la emoción como elemento fundamental del control de la competitividad laboral y las dependencias múltiples; (h) *astucia*: capacidad para ser falso, persistente, oportunista, un tramposo.

A partir de la idea de la precariedad como experiencia corporeizada, resulta interesante observar que el gobierno patronal de los escritores de ficción televisiva no sólo toma la totalidad de la vida social del trabajador como horizonte, sino que se presenta directamente como un biopoder cuyos mecanismos y estrategias enfrentan el propio cuerpo del trabajador como problema. Marx (1984) explica, tanto desde un punto de vista conceptual como histórico, que las condiciones de la producción deben necesariamente ser separadas de sus propietarios originales para convertirse en capital:

“El régimen del capital presupone el divorcio entre los obreros y la propiedad sobre las condiciones de realización de su trabajo. Cuando ya se mueve por su propios pies, la producción capitalista no sólo mantiene este divorcio, sino que lo reproduce y acentúa en una escala cada vez mayor. Por tanto, el proceso que engendra el capitalismo sólo puede ser uno: el proceso de disociación entre el

obrero y la propiedad sobre las condiciones de su trabajo, proceso que de una parte convierte en capital los medios sociales de vida y de producción, mientras de otra parte convierte a los productores directos en obreros asalariados. (...) La expropiación del productor directo se lleva a cabo con el más despiadado vandalismo y bajo el acicate de las pasiones más infames, más sucias, más mezquinas y más odiosas. La propiedad privada fruto del propio trabajo y basada, por así decirlo, en la compenetración del obrero individual e independiente con sus condiciones de trabajo, es devorada por la propiedad privada capitalista, basada en la expropiación de trabajo ajeno, aunque formalmente libre”

Siguiendo la estela analítica propuesta por Marx, a través de la separación de las condiciones de producción respecto de los trabajadores se constituye la base de la relación de capital y del proceso de acumulación, puesto que los elementos separados son reunificados a partir del mando de un empresario que vuelve a hacer converger al productor y a las condiciones de producción bajo el control de una organización del trabajo determinada y constituida por el propio empresario. Los escritores de ficción televisiva, sin embargo, personifican un límite que desequilibra este modelo ideal de acumulación y de gobierno: ¿Cómo realizar la separación entre el trabajador y el medio de producción cuando éste está incorporado en el cuerpo del propio trabajador? ¿Cómo imponer dicha separación cuando la producción pasa por la puesta a trabajar de facultades cognitivas y lingüísticas que no pueden ser escindidas del cuerpo de sus portadores? ¿Cómo es posible sustraer el objeto de la producción al trabajador cuando dicho objeto está constituido por un hacer subjetivo?. Estas cuestiones cruciales no sólo ponen sobre la mesa el hecho de que en el fondo de las dinámicas de gobierno de los guionistas televisivos existe una ligazón estrecha entre los mecanismos del control patronal y la posibilidad misma de reproducción del sistema económico, sino que se constituyen en uno de los problemas fundamentales del gobierno de los profesionales de la escritura televisiva en particular y de los trabajadores cognitivos en general.

En este sentido, Marco Bascetta (2002) propone la comprensión del problema como una paradoja que únicamente puede encontrar soluciones de orden formal: cuando el medio de producción debe necesariamente ser propiedad de su detentador porque de otra manera dejaría de funcionar como tal pero, al mismo tiempo, debe ser separado de su detentador para convertirse en capital, la separación no puede más que producirse sobre un plano meramente formal. El caso de los escritores de ficción televisiva ilustra la hipótesis de Bascetta según la cual uno de los pilares fundamentales de tal separación formal está constituido por la propiedad intelectual, un sistema hipertrófico de reglamentaciones jurídicas a través del cual el resultado del trabajo creativo y cognitivo se presenta inmediatamente como propiedad privada escindida del trabajador, que se ve despojado del control sobre la suerte y la explotación económica del resultado de su actividad.¹⁶¹

Es interesante observar que en el caso de la ficción televisiva la escisión del escritor audiovisual del resultado de su actividad laboral presenta tres elementos que subrayan la artificialidad de la separación, así como los límites de la propiedad intelectual misma a la hora de confrontarse con la naturaleza de la fabricación de contenidos seriales de ficción televisiva:

- a) *La creación de guiones de ficción en los ciclos de fabricación de contenidos televisivos en España muestra una marcada tendencia hacia el carácter colectivo de la misma.*

Las series de televisión se escriben en equipo, siendo de naturaleza colectiva el noventa por ciento del proceso de trabajo que se traduce y plasma en los guiones de las mismas. El carácter supraindividual del trabajo de guión en la fabricación de ficción televisiva de carácter serial se pone de manifiesto, además, por la intervención directa del coordinador de guiones y de la producción ejecutiva, así como de la

¹⁶¹ Para una categorización de la noción de “propiedad intelectual” se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

propia cadena de televisión que emite la serie, en la confección del contenido final del trabajo de los escritores televisivos. Igualmente, en la transición entre la confección de los guiones y la traducción audiovisual de los mismos a la pantalla, el contenido inicial del mismo sufre frecuentemente numerosas modificaciones por la intervención de directores, montadores, actores y actrices, así como por diferentes necesidades de producción que alteran el texto original. Pese a que la autoría del guión que reflejan los créditos de los episodios de una serie de televisión es atribuida a los escritores concretos responsables de la redacción del mismo, en el proceso completo de confección del guión lo que se pone en juego es una sinergia colectiva cuyo patrimonio únicamente resulta individualizable mediante un procedimiento artificial.

- b) Como ya hemos apuntado someramente en páginas anteriores, *los procesos de fabricación de las series de ficción televisiva poseen un carácter socializado.*

En este sentido, los agentes, los tiempos y los espacios de la creación y confección de un guión escapan enteramente a los que son reconocidos formalmente como tales. Tal y como veremos más adelante cuando desgranemos el proceso concreto de trabajo de los guionistas y abordemos el análisis de los públicos de los productos televisivos, la naturaleza socializada de la producción de guiones de ficción televisiva no sólo incluye el carácter productivo de los telespectadores, sino la génesis netamente social de la creatividad y de las ideas (Wu Ming 1, 2003): nadie tiene ideas que no hayan sido directa o indirectamente influenciadas por las relaciones sociales que mantiene en los ámbitos espacio-temporales en los que se socializa y en las comunidades de las que forma parte, así como por los universos y los imaginarios que han generado con anterioridad otros productos y expresiones culturales. Tal y como apunta el investigador y profesor de comunicación Henry Jenkins en una entrevista concedida al diario *La Vanguardia* (Pauné, 2011),

“muchas de las historias y creaciones que consumimos cada día tienen una base ‘pirata’, porque la cultura se construye sobre la cultura. Las novelas siempre integran elementos del contexto cultural que las rodea: Romeo y Julieta eran personajes secundarios de otra obra, que Shakespeare supo desarrollar excelentemente por separado. No hay tanta diferencia entre esto y crear una fan-fiction con personajes de Harry Potter. ¡Así funciona la creatividad! Tomamos ingredientes de nuestro alrededor, los mezclamos y los emitimos de nuevo”.

Desde este punto de vista, el concepto de autoría se complejiza. Siguiendo a Foucault (2001) podríamos decir que el autor no es exactamente ni el propietario ni el responsable de sus textos y, siguiendo esta estela, que tampoco es ni el productor ni el inventor de los mismos. La atribución de la autoría resulta de un acto de individualización: la “noción de autor constituye el momento fuerte de la individualización en la historia de las ideas, de los conocimientos, de las literaturas, así como en la historia de la filosofía y de las ciencias” (Foucault, 2001). En el caso de los textos que componen los guiones de las series de ficción televisiva, dicha individualización presenta una artificialidad subrayada por el carácter directamente colectivo del proceso productivo: “En Hollywood, la muerte del autor deja tras de sí la silueta de una víctima de homicidio trazada con tiza, representación caricaturizada de una persona. Es un autor de imitación, un individuo corporativo. El estudio de televisión o cinematográfico que financia y produce entretenimiento se vuelve un autor virtual, apropiándose de una obra creada por incontables personas” (McLeod, 2005). En el ámbito de la ficción televisiva, el texto está hecho de escrituras múltiples que entran en diálogo, en discusión y hasta en enfrentamiento. En realidad, el único lugar en el que esa multiplicidad se conjunta verdaderamente no es el autor, sino el lector: la unidad de un texto no se encuentra en su origen, sino en su destino. Como señala Barthes (1984), “un texto está compuesto de escrituras múltiples, salidas de varias culturas y que entran en diálogo las unas con

las otras, en parodia, en enfrentamiento. Sin embargo, existe un lugar en el que esa multiplicidad se agrupa y ese lugar no es el autor, como se ha dicho siempre, sino el lector: el lector es el espacio mismo en el que se inscriben todas las referencias y citas de las que está hecha una escritura. La unidad de un texto no se encuentra nunca en su origen, sino en su destino”. De esta manera, el lector, público telespectador en el caso de los contenidos de ficción televisiva, descodifica y dota de sentido al texto (Hall, 1994).

A partir de estas premisas, deberíamos considerar el trabajo de guión como una actividad de *bricolage* en la que toda autoría debe remitir a una acción colectiva de recomposición narrativa a partir de materiales sociales y culturales preexistentes. Lévi-Strauss (1966) emplea el concepto de bricolage para razonar en torno al pensamiento mitológico. Pese a que la temática mitológica pueda parecer muy alejada del campo en el que se centra nuestro estudio, podemos establecer conexiones interesantes entre el fenómeno del bricolage y los escritores televisivos. Desde el punto de vista de Lévi-Strauss, aunque el pensamiento mitológico está generado por la imaginación humana, y por tanto mediado por la experiencia personal, las imágenes y las entidades producidas a través del mismo surgen y evolucionan a partir de elementos preexistentes. En referencia al *bricoleur*, Lévi-Strauss propone la siguiente reflexión en este sentido: “Considérenlo manos a la obra y excitado por su trabajo. Su primer paso práctico tiene un carácter retrospectivo. Tiene que valerse de un juego preexistente de herramientas y materiales, considerar cuál es su contenido y, finalmente y por encima de todo, entrar en una especie de diálogo con esos materiales para, antes de escoger entre algunos de ellos, identificar las posibles respuestas que el juego en su conjunto puede dar al problema que él enfrenta. El *bricoleur* interroga al conjunto de objetos del que se compone su tesoro para descubrir cuáles de ellos pueden ‘significar’ y de esa manera contribuir a la definición de un material que, aunque lo tenga que

componer, va a diferir del juego original únicamente en la disposición interna de sus partes. (...) Los elementos que el *bricoleur* recolecta y usa poseen un carácter ‘predeterminado’, como las unidades constitutivas del mito. Las posibles combinaciones son restringidas por el hecho de estar trazadas desde el lenguaje, donde ya poseen un sentido determinado, lo que limita la libertad de maniobra” (Lévi-Strauss, 1966). El escritor de ficción televisiva es como el *bricoleur* de Lévi-Strauss: compone su material narrativo a partir de materiales preexistentes en un proceso restringido a las necesidades, los códigos y los recursos tanto del propio lenguaje televisivo, como de la producción de la serie en la que trabaja y de la lógica de la propia industria televisiva. Como señalan Deleuze y Guattari (1972), la concepción de Lévi-Strauss del bricolage implica que el producto se hace indistinguible del acto mismo de producir: “Cuando Lévi-Strauss define el ‘bricolage’, propone un conjunto de caracteres bien engarzados: la posesión de un stock o de un código múltiple, heterogéneo y, sin embargo, limitado; la capacidad de introducir los fragmentos en fragmentaciones siempre nuevas; de lo que se desprende una indiferencia del producir y del producto, del conjunto instrumental y del conjunto a realizar” (Deleuze y Guattari, 1972). Desde este punto de vista, la actividad del guionista-*bricoleur* no sólo se limita a recomponer un material preexistente, sino que implica la imposibilidad de distinguir entre el material original del que se vale y el producto de su actividad. Esta determinación complejiza todavía más el funcionamiento de la racionalidad asociada a la propiedad intelectual y a la autoría, sobre todo como dispositivos de individualización de carácter patrimonial.

El carácter social y preexistente del fondo de la experiencia de autoría implícito en la idea del guionista-*bricoleur* encuentra en las concepciones de Mijail Bajtín sobre la *dialogía* y la *polifonía* dos materiales muy útiles desde el punto de vista explicativo. Según Bajtín (1984), en cuanto sujetos sociales estamos siempre envueltos en un flujo ininterrumpido de discursos, sin origen ni término, que repetimos, parafraseamos,

retomamos, confirmamos, discutimos, etc. Desde este punto de vista, la dialogía constituye un proceso infinito, constituido por los múltiples discursos, tanto orales como escritos, que circulan, y hecho de intertextualidad, de polifonía y de relaciones complejas entre discursos (Boutet, 1995). En palabras del propio Bajtín: “Un enunciado concreto es un eslabón en la cadena de intercambio verbal de una esfera dada. Las fronteras de ese enunciado se determinan por la alternancia de sujetos hablantes. Los enunciados no son indiferentes los unos de los otros y no se bastan en sí mismos; se conocen los unos a los otros, se reflejan los unos en los otros. Son precisamente esos reflejos recíprocos los que determinan su carácter. Un enunciado es cargado de ecos y de llamamientos de otros enunciados, a los que se liga en el seno de una esfera común del intercambio verbal. Un enunciado debe ser considerado, antes que nada, como una respuesta a enunciados anteriores en el interior de una esfera dada” (Bakhtine, 1984). Como apunta Lazzarato (1994), esta concepción dialógica y polifónica del carácter profundamente social de los enunciados, y por tanto de la autoría de los mismos, pone en juego un modo de constitución de la subjetividad que mete en crisis las oposiciones tradicionales sujeto/objeto e individual/colectivo. Bajtín y Medvedev (1978) expresan esta idea de la siguiente manera: “Sean dos miembros de la sociedad A (autor) y B (lector); las relaciones sociales que existen entre ellos dos son, en ese momento dado, fijas e inmutables; sea también una información ya dada X, que simplemente debe ser transmitida de A a B... El esquema es radicalmente erróneo en sus mismos presupuestos. En realidad las relaciones entre A y B están en modificación en un devenir continuo y se modifican en el proceso mismo de transmisión de la información. No existe una información ya dada X. Dicha información se crea en el proceso de comunicación entre A y B. No se transmite de un hombre a otro hombre, sino que se construye entre ellos como un punto ideológico, se construye en el proceso de su interacción”.

- c) *La propiedad intelectual en el campo artístico y cultural en general, y en lo referente a los guiones televisivos en particular, bascula sobre la noción de obra.*¹⁶²

La obra implica la materialización de una acción terminada y condensada en una unidad, constituida por la propia obra. En este sentido, en la opinión común, así como en la lógica implícita en la propiedad intelectual, un guión es obra de un autor. No obstante, al igual que la noción de autoría presenta problemas sustanciales, la categoría de obra, sobre todo en su concepción de unidad terminada, se presta a una mirada crítica a través del caso de los contenidos de ficción televisiva: la palabra “obra” y la unicidad que ella designa resultan tan problemáticas como la individualidad del autor (Foucault, 2001). Tal y como veremos en detalle más adelante, la ficción televisiva añade intensidad a la naturaleza problemática de la noción de obra, puesto que en el carácter serial de la mayoría de los contenidos de ficción televisiva está implícita una indeterminación en el final de la serie (obra): la lógica de negocio de la industria televisiva implica la intención casi sistemática de estirar lo más posible el número de episodios que compone la serie y, con ello, el tiempo de producción y de emisión de la misma.

Por ese motivo, Stéphane Benassi (2001) propone la idea de una disolución de la noción de obra y de una inoperancia de dicha categoría en el caso de la ficción televisiva serial. Partiendo de su interés por las formas artísticas y/o mediáticas que han precedido a la ficción televisiva, Benassi encuentra un antecedente en las novelas por entregas: “Para interesarnos ligeramente por la literatura popular del siglo XIX en nuestro análisis simplemente tenemos que comparar la dificultad que encontramos en nuestros días para hablar de *obra* de ficción televisiva

¹⁶² La legislación española en materia de derechos de autor reconoce explícitamente el papel central del concepto de obra como elemento que vehicula y estructura el ordenamiento jurídico: la obra es el objeto de la autoría y del derecho de propiedad (BOE, Real Decreto legislativo 1/1996, de 12 de abril).

con la dificultad que encontraban los críticos y los investigadores en la segunda mitad del siglo XX para desarrollar una aproximación estética a la novela por entregas” (Benassi, 2001). Pierre Sorlin plantea el problema en los mismos términos que Benassi: “Un folletín que seguimos periódicamente, ¿es una realización única o una conjunción de varias realizaciones? Es absurdo plantarse esa pregunta si nos circunscribimos únicamente a la televisión, que ignora ese género de problema (...) La pequeña pantalla es reveladora en ese sentido, obliga a reexaminar la noción de obra, muy pocas veces cuestionada, como totalidad realizada, terminada, autosuficiente, horizonte último de la actividad creativa” (Sorlin, 2005). La lógica implícita en la confección de las series de televisión explicita de manera paradigmática la naturaleza inacabada de la mayor parte de la ficción televisiva de carácter serial, sobre todo en lo que compete al diseño de las diferentes temporadas que componen la estructura narrativa y de emisión de las series. Cuando los equipos de guionistas diseñan el último episodio de cada temporada de la serie, conciben siempre una lógica paradójica de final que abra nuevos comienzos: la longevidad del producto, y por tanto la dilatación de la posibilidad de negocio, se juega en la prolongación del relato en temporadas posteriores, motivo por el que cada episodio final de temporada debe concebirse como comienzo de una posible temporada posterior. El final de cada temporada es en realidad el comienzo de otra siguiente. No existe totalidad realizada, ni autosuficiente, ni acabada. Desde este punto vista, no estamos ante una obra.

Por otro lado, el contenido narrativo de un guión televisivo, compuesto de universos y personajes creados por el trabajo colectivo de un equipo de guionistas, no se agota en el texto en el que se materializa. Su vida se prolonga en un proceso abierto e indeterminado que dilata el alcance de su contenido a una cadena de re combinaciones que extiende la productividad del guión a otros agentes y procesos, modificando incluso su contenido en el camino. El resultado de un guión televisivo es un

working progress, no es un objeto, ni mucho menos una obra terminada: el guión sigue trabajando y se sigue trabajando después de que el coordinador de guiones lo entregue a la producción ejecutiva de la serie.¹⁶³ Trabaja y se modifica en las manos de directores, así como de actores y actrices, y sigue trabajando y produciendo nuevos contenidos y recombinaciones que no sólo generan transformaciones en el texto original, sino que estiran su valor económico y su productividad mucho más allá del trabajo de los guionistas o de la emisión del episodio de la serie al que corresponda dicho guión. Sus universos, sus personajes y sus tramas son susceptibles de producir nuevos contenidos a partir de ellos, plasmándose en otros espacios y formatos (Internet, videojuegos, cine, merchandising, edición literaria, etc.). El guión se sigue valorizando económicamente y sigue generando negocio mucho después de que el guionista reciba la remuneración por su trabajo o perciba los ingresos correspondientes a sus derechos de autor, sin que por ello el escritor obtenga derecho patrimonial o contrapartida monetaria alguna por el conjunto del proceso y por la totalidad de la rentabilidad del guión en el que ha trabajado. En este sentido, el fenómeno de la digitalización de los contenidos televisivos, inserto en un proceso de digitalización del conjunto de los contenidos culturales, ha multiplicado la vida y el desarrollo de los productos de ficción televisiva, subrayando su carácter de mercancías inmateriales, de naturaleza y lógica diferente a las mercancías de carácter físico o material: las series de televisión, y los guiones como textos de las mismas, no son objetos, sino información.¹⁶⁴ Están compuestos de imaginarios, subjetividad y representaciones que se

¹⁶³ El término “working progress” hace referencia a una actividad o trabajo que ha sido comenzado sin haber sido todavía completado. Puede tratarse de un trabajo creativo o artístico (un libro, una canción, una película, etc.). En la industria el concepto puede referirse a un inventario de algo trabajado que ya no puede ser considerado como materia prima pero, al mismo tiempo, tampoco resulta vendible como producto acabado. En este caso es más común el uso del término “work in process” (<http://alturl.com/6ywyp>).

¹⁶⁴ Por *digitalización* nos referimos al proceso mediante el cual imágenes, sonidos e información se transforman en *bytes* de información, capaces de moverse fluidamente por diversas plataformas mediáticas, resultando fácilmente reconfigurables en diferentes contextos. Sobre la noción de “Mercancía inmaterial” se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

materializan en imágenes y sonidos: la digitalización de esas imágenes y de esos sonidos favorece el hecho de que los contenidos de ficción no necesiten de continentes para funcionar y circular, es decir, que no se plasmen ni recojan en objeto físico alguno que los contenga. Esta característica de la ficción televisiva como mercancía informacional e inmaterial activa una racionalidad que solamente encaja con la noción de propiedad intelectual mediante procedimientos jurídicos enormemente arbitrarios y artificiales.

La distribución en Internet de contenidos de ficción televisiva pone de manifiesto el carácter inmaterial e informacional de dichos contenidos, así como el impacto de la digitalización del medio televisivo en su conjunto. Según la Asociación Europea de Publicidad Interactiva (EIAA) un 59% de los españoles consumían vídeos online en 2010, ya sea descargando películas, viendo series televisivas vía 'streaming' o descargándolas, así como disfrutando de la televisión en directo a través de Internet. Respecto al tipo de consumo que cada usuario hacía del video online, la asociación señalaba en su informe *Mediascope Europe 2010* que el 77% de los usuarios de audiovisual por Internet afirmaba utilizar la red para ver películas, programas de televisión o videos, mientras un 73% descargaba este tipo de contenidos online y un 25% ve la televisión en directo a través de internet.¹⁶⁵ John Perry Barlow (1994) apunta precisamente a la naturaleza inmaterial de las mercancías informacionales como el origen de su inadecuación a los parámetros de la propiedad intelectual: “Esta nave, el canon acumulado del copyright y la ley de patentes, se creó para transportar formas y métodos de expresión completamente distintos de la vaporosa carga que ahora se le pide que lleve. Hace aguas por dentro y por fuera. Los esfuerzos legales para que el viejo barco se mantenga a flote revisten tres formas: una frenética reordenación de las sillas de cubierta, firmes avisos de que si la

¹⁶⁵ Todos los datos del informe citado de EIAA se pueden consultar en: <http://www.eiaa.net/news/eiaa-articles-details.asp?lang=5&id=218>

nave se hunde habrán de enfrentarse a duros castigos criminales y una actitud fría y serena que se desentiende del problema. La legislación de propiedad intelectual no se puede remendar, adaptar o expandir para que contenga los gases de la expresión digitalizada, de la misma manera que tampoco se puede revisar la ley de bienes inmuebles para que cubra la asignación del espectro de la radiodifusión (lo que, de hecho, se parece mucho a lo que se intenta hacer aquí). Tendremos que desarrollar un conjunto completamente nuevo de métodos acorde con este conjunto enteramente nuevo de circunstancias. (...)“Por supuesto, la información es intangible y difícil de definir por naturaleza. Al igual que otros fenómenos profundos como la luz o la materia, es un ámbito natural de la paradoja. Y así como resulta más fácil comprender la luz a la vez como partícula y onda, puede que una comprensión de la información surja en la congruencia abstracta de sus diversas propiedades, que podemos describir con estos tres enunciados: la información es una actividad, la información es una forma de vida, la información es una relación. (...) Liberada de sus contenedores, la información no es, obviamente, una cosa. De hecho, es algo que ocurre en el campo de la interacción entre mentes, objetos u otras piezas de información. (...) La información es una acción que ocupa tiempo más que una presencia que ocupa espacio físico, como los artículos materiales. Es el lanzamiento, no la pelota de béisbol, la danza, no el bailarín. (...) La distinción económica central entre la información y la propiedad física es que la primera se puede transferir sin que su dueño original deje de poseerla”(Barlow, 1994).

Junto a la inmaterialidad de los contenidos de ficción televisiva que acabamos de resaltar, en las últimas páginas hemos hecho referencia al carácter colectivo y socializado de su creación, así como a la naturaleza inacabada de la mayoría de sus productos a partir de la lógica económica que preside su fabricación. De esta manera, hemos subrayado la artificialidad de la propiedad intelectual y de la noción de obra en el campo particular de la ficción televisiva y, por extensión, en

una parte considerable del conjunto de la producción cultural actual. En el caso de los guionistas televisivos, dicha artificialidad, herramienta clave en la escisión entre el trabajador y el resultado de su actividad laboral, se agudiza al materializarse directamente en el marco contractual que regula la relación mercantil o la relación laboral, según sea el caso, entre el escritor y la compañía productora para la que escribe: dada la artificialidad de la separación del trabajador del resultado de su trabajo, los empleadores se ven en la obligación de incluir en los contratos una cláusula concreta que especifique e imponga explícitamente dicha separación. De esta manera, se escenifica una disonancia entre la constitución material del trabajo de guión y su constitución formal, conformada por un marco normativo de regulación que no se corresponde con la naturaleza de la producción de ficción televisiva y de su producto.¹⁶⁶ La modalidad de contrato a la que estaban sujetos los guionistas de la serie *Hospital Central* nos aporta un buen ejemplo de la sanción contractual de esta disonancia entre constitución material y constitución formal de la producción, instituyendo la sustracción del objeto de la producción al trabajador como norma:

“D. XXX cede a la productora de forma exclusiva, para todo el mundo, con la facultad de cesión a terceros, todos los derechos de propiedad industrial y los derechos de explotación de propiedad intelectual que ostenta D. XXX sobre los guiones que realice en virtud del presente contrato y sobre sus creaciones incorporadas en los guiones que elabore y/o en los que participe. Concretamente, los derechos de propiedad intelectual que se ceden para cualquier medio, material y soporte son los de fijación (incluida la sincronización), los de producción (total o parcial), los de distribución, los de transformación en todo o en parte incluida la traducción y/o doblaje y/o subtitulado a cualquier otro idioma, los de puesta a disposición del público y explotación on-line, los de reunir los guiones y demás obras en que se incorporen en todo o parte en colecciones escogidas o completas y los de comunicación pública por cable, satélite, o cualquier otro medio, incluso escrito, exhibición cinematográfica y representación escénica, mediante la utilización de cualquier formato, soporte, procedimiento técnico o sistema de explotación, incluyendo, pero no quedando limitado, a la

¹⁶⁶ Para una definición de la distinción entre constitución material y constitución formal se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

explotación comercial, videográfica, discográfica, internet, edición en forma de video, etc., con carácter gratuito o mediante contraprestación y con cualquier finalidad incluido el merchandising. Los derechos anteriormente referidos se ceden por todo el plazo de vigencia legal de los mismos conforme a la legislación española de propiedad intelectual, el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual Real Decreto Legislativo 1/1996 ("LPI"). Dichas cesiones en exclusiva atribuyen a LA PRODUCTORA la facultad de explotar los Guiones y/o las Obras Audiovisuales resultantes con exclusión de cualquier otra persona, comprendido D. XXX. La cesión a la que se refiere el párrafo anterior comprende todas las modalidades de explotación de los derechos de propiedad intelectual e industrial de los guiones y/o la serie y/o demás obras en que se incorporen los guiones, por sí o por terceros, incluyendo cualquier modificación, adaptación o perfeccionamiento de los mismos que realice D. XXX, la productora o cualquier tercero, en cualquier medio, formato, soporte o procedimiento, ya sea durante la vigencia del presente contrato o después de su resolución o terminación por cualquier causa o motivo. D. XXX no podrá oponerse, en ningún caso, a la explotación en video de la Serie u otras obras en que se incorporen los guiones, ni a la utilización de secuencias, fragmentos o imágenes, para la promoción y marketing de los mismos. (...) Salvo por lo que se halla directamente y como tal pactado en el presente contrato, D. XXX renuncia expresamente a cualquier otro tipo de derecho, principalmente derecho de autor, beneficio o cualquier otra forma de participación en los ingresos o beneficios que produzca la comercialización de los Guiones y/o la Serie y demás obras en que se incorporen los Guiones y/o de la inscripción de los mismo en cualesquiera registros, nacionales o extranjeros. (...) La presente cesión de derechos se efectúa sin perjuicio de los derechos morales de carácter irrenunciable que como autor de los guiones corresponden a D. XXX y los derechos remuneratorios derivados de la comunicación pública, que serán abonados por la Social General de Autores de España."

Si realizamos varios cortes en la superficie del texto, como si de un análisis geológico se tratara, estaremos en disposición de aprehender el alcance y el sentido implícitos en la sanción contractual de la naturaleza integral de la apropiación patronal de la labor de los escritores televisivos. Veamos:

CORTE 1 DEL EXTRACTO DE CONTRATO:

“(...) todos los derechos de propiedad industrial y los derechos de explotación de propiedad intelectual que ostenta D. XXX sobre los guiones que realice en virtud del presente contrato y sobre sus creaciones incorporadas en los guiones que elabore y/o en los que participe.”

Este primer fragmento desvela tanto la distinción entre derechos de *propiedad industrial* y derechos de explotación de *propiedad intelectual*, como la apropiación de ambos por parte de la empresa productora para la que el guionista realiza su labor, dotando de sanción legal la enajenación en favor del empleador del trabajo del escritor y su producto.

Derechos de propiedad industrial y derechos de autor son los dos componentes de la propiedad intelectual. Si los primeros otorgan el derecho exclusivo para explotar en forma industrial y comercial las creaciones que realizan individuos o empresas, los segundos operan como reconocimiento a favor de todo “creador” de obras literarias y artísticas y como protección para que éste goce de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial. El reconocimiento contractual de la enajenación del derecho de explotación a favor del empleador, concede estatuto legal a la usurpación patronal del propio derecho de autor del trabajador e invalida el contenido del mismo, puesto que altera sus prerrogativas eliminando los derechos patrimoniales del “autor” sobre el producto de su trabajo: el patrimonio de la creación de los guionistas es propiedad de los empleadores, quienes se arrogan en exclusiva el derecho y el beneficio de explotar las “obras”.¹⁶⁷ Al mismo tiempo, en este primer corte del

¹⁶⁷ Usamos las categorías de “creación”, “autor” y “obra” para dar cuenta de la misma terminología que emplean el derecho de autor y el derecho de propiedad intelectual. Las hemos entrecomillado para señalar el carácter crítico de nuestro uso de dichas nociones, así como nuestra distancia en relación a ellas. En páginas anteriores hemos propuesto brevemente una crítica de las categorías de “autor” y de “obra”, no así de la categoría de “creador”. Como señala Stallman (2002), dicho término aplicado a los autores los equipara implícitamente a una deidad (“el creador”). En literatura, por ejemplo, suelen utilizarlo los editores para elevar la estatura moral de los autores por encima del ciudadano medio, justificando así un aumento del poder del copyright que dichos editores ejercen en nombre de los autores, prueba de que las palabras, como

texto se especifica el carácter colectivo y polifónico del trabajo de elaboración de guiones de ficción televisiva: *“sus creaciones incorporadas en los guiones que elabore y/o en los que participe”*. La distinción entre “elaboración” y “participación” connota dos niveles diferentes de implicación del escritor en la elaboración de un guión, la mayoría de las veces simultáneos en el caso de la industria televisiva: “elaboración” alude a la actividad de escritura del texto del guión, mientras que “participación” se refiere a la implicación e intervención del guionista en diferentes fases que componen la elaboración de un guión, aunque éste no sea el encargado último de su escritura final. De esta manera, no sólo se reconoce la naturaleza colectiva de la fabricación de los guiones televisivos, sino que se instaura una diferencia artificial entre “elaboración” y “participación”: más allá de lo que indique el texto del contrato que estamos analizando, participar en la confección de algo, en este caso un guión televisivo, es ser parte de su elaboración. Dicha diferenciación artificial incide directamente en una erosión del carácter colectivo del trabajo de guión, así como en una fragmentación y jerarquización de los trabajadores, base del proceso artificial de individualización que conlleva la aplicación de la lógica de los derechos de autor y de la propiedad intelectual a los procesos de fabricación de guiones de ficción televisiva.

CORTE 2 DEL EXTRACTO DE CONTRATO:

“(...) los derechos de propiedad intelectual que se ceden para cualquier medio, material y soporte son los de fijación (incluida la sincronización), los de producción (total o parcial), los de distribución, los de transformación en todo o en parte incluida la traducción y/o doblaje y/o subtitulado a cualquier otro idioma, los de puesta a disposición del público y explotación on-line, los de reunir los guiones y demás obras en que se incorporen en todo o parte en colecciones escogidas o completas y los de comunicación pública por cable, satélite, o cualquier otro medio, incluso escrito, exhibición cinematográfica y representación escénica, mediante la utilización de cualquier formato, soporte, procedimiento técnico o sistema de

indica Foucault siguiendo a Nietzsche, no indican un significado, sino que imponen una significación (Foucault, 1995).

explotación, incluyendo, pero no quedando limitado, a la explotación comercial, videográfica, discográfica, internet, edición en forma de video, etc., con carácter gratuito o mediante contraprestación y con cualquier finalidad incluido el merchandising. (...) Dichas cesiones en exclusiva atribuyen a LA PRODUCTORA la facultad de explotar los Guiones y/o las Obras Audiovisuales resultantes con exclusión de cualquier otra persona, comprendido D. XXX.”

En este segundo fragmento se reconoce que el producto del trabajo de los escritores de ficción televisiva es susceptible de producir nuevos contenidos, al mismo tiempo que se impide explícitamente al “autor” todo control sobre su “obra”, así como el ejercicio de cualquier derecho patrimonial sobre la misma. El contrato que regula la actividad laboral del guionista le excluye de cualquier derecho de decisión o de remuneración por la comercialización del producto de su trabajo, incluida la edición literaria de sus guiones o la redifusión de la serie de ficción televisiva que escribe.¹⁶⁸

En este sentido, es interesante observar que la venta de contenidos a terceros y la redifusión constituyen una relevante fuente de negocio en la actual industria televisiva. La opacidad con la que el sector televisivo español gestiona sus datos económicos hace que sea muy difícil acceder a una información detallada referente a los ingresos de las cadenas y de las empresas productoras de contenidos por la venta y redifusión de programas. Para hacernos una idea del nivel de negocio que representa la venta de contenidos televisivos podemos poner el ejemplo de la cadena pública británica de televisión BBC, sujeta a una mayor transparencia en la gestión de sus datos económicos. La BBC ingresó 5.790 millones de euros en concepto de venta de programas a otras cadenas durante el primer ejercicio fiscal de 2010. De esa cantidad, 4.340 millones de euros correspondieron a la venta de licencias de sus contenidos. Entre los productos estrella que figuran en la relación de programas vendidos durante ese período se encuentran dos series de ficción: “Dr. Who” y “Being Erica”. Una de las operaciones más sustanciosas fue la venta del formato del programa “Top

¹⁶⁸ Para una definición de la categoría “Redifusión” se puede consultar el inventario.

Gear”, así como la concesión de licencias del mismo para el desarrollo de videojuegos, la publicación de libros y el diseño de una línea de ropa (EFE, 2010).

En el contexto de la lógica de negocio de la redifusión en España, es común que la cadena de valor de una serie de ficción televisiva se estire mediante su venta a canales temáticos, autonómicos y locales, así como a televisiones digitales terrestres (TDT). Al mismo tiempo, las empresas españolas productoras de contenidos de ficción televisiva tratan de vender sus programas en mercados internacionales. Según una encuesta de evaluación comercial realizada en abril de 2010 por el Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX), para las productoras españolas que acuden a los mercados internacionales a vender sus programas, el rendimiento internacional de los mismos se acerca al 25% del total de sus ingresos anuales (FAPAE, 2009). La ciudad francesa de Cannes acoge los principales espacios internacionales de comercialización de productos de televisión: MIPTV y MIPCOM, dos citas en las que las productoras y las cadenas de televisión tratan la creación, coproducción, compra-venta, financiación y distribución de contenido de entretenimiento para todo tipo de plataformas. Se trata de foros comerciales cruciales para la toma de decisiones de los sectores de contenido, producción y distribución de productos televisivos, digitales y audiovisuales descubran nuevas tendencias de futuro y comercien los derechos de los contenidos a escala global. Se estima que los intercambios comerciales que se producen durante el MIPCOM y el MIPTV alcanzan los 10.000 millones de euros cada año.¹⁶⁹ DISCOP es otra cita relevante para la comercialización de contenidos televisivos españoles: constituye el mercado de programas y formatos más importante del Este europeo. *Audiovisual From Spain* (www.audiovisualfromspain.com) es la marca paraguas con la que las empresas españolas del sector de contenidos de televisión y de cine desarrollan su actividad comercial en el exterior.

¹⁶⁹ <http://alturl.com/k9d4g>

Dicha actividad se desarrolla en algunos casos a partir de la comercialización de la versión original de los productos, mientras que en otros la cadena de televisión cede los derechos a la productora y ésta vende el guión y el asesoramiento en producción a otros países. De esta manera, en lugar de exportar los episodios de la serie tal y como se emiten en España, las empresas que fabrican ficción televisiva venden los derechos sobre los guiones y realizan una labor de consultoría en el desarrollo de las historias en los nuevos países.¹⁷⁰ Es interesante señalar que, pese a que por las economías de escala la reproducción de una unidad más de producto tiene un gasto casi igual a cero, su distribución genera importantes ingresos. En la mayoría de los casos, dichos ingresos se dividen entre la empresa productora y la cadena emisora. Aunque elementos como la coherencia de los guiones o la solidez de las tramas que sostienen las historias de las series de televisión constituyan factores que contribuyen a aumentar la facturación tanto de las productoras como de las cadenas, así como a alargar el ciclo de negocio del producto de ficción televisiva (Medina, 2007), los guionistas se ven completamente excluidos de los ingresos que genera la comercialización de los contenidos que escriben, en todas las fases de explotación de la dilatada cadena de valor de los mismos. A pesar de que la redifusión y la venta de contenidos a otras cadenas nacionales o internacionales constituye una fuente destacada de negocio, el desarrollo de las nuevas tecnologías ha multiplicado el horizonte de la comercialización de los productos de ficción televisiva, multiplicando las posibilidades de su explotación en terrenos como Internet, el merchandising o los videojuegos, lo que implica un aumento considerable de la tarta del beneficio económico que generan los contenidos elaborados por los guionistas, de la que éstos se ven absolutamente privados, sin poseer derecho alguno de explotación o remuneración sobre ninguno de sus numerosos pedazos.

Al mismo tiempo, y con el objeto de completar lo ya expuesto, podemos extraer cinco elementos importantes de este segundo corte en el texto del contrato tipo

¹⁷⁰ La productora Videomedia, por ejemplo, vendió los guiones y el formato de la serie *Hospital Central* a Italia, donde la cadena Rai 2 lo adaptó con el nombre “Terapia d’Urgenza”, comenzando sus emisiones en el país transalpino en 2008.

que regula la actividad de los guionistas en la fabricación de la serie *Hospital Central*. Algunos de esos elementos abren problemáticas fundamentales para los análisis del trabajo cognitivo, así como de la industria televisiva y de las industrias culturales en general. Veamos:

Elemento 1: Mientras la relación contractual entre empleador y trabajador, así como la duración de la prestación laboral del segundo, se vincula directamente con el acuerdo comercial entre la empresa productora que fabrica la serie y la cadena de televisión que la emite, la cadena de valor del producto resultante de la labor del trabajador se desvincula del acuerdo entre la empresa productora y la cadena emisora, estirando su recombinación comercial a otros campos y a otros agentes y empresas. Aún a riesgo de resultar reiterativos, insistimos en que este extremo implica la exclusión del “autor” tanto del control y la decisión sobre su “obra”, como de los beneficios económicos que genere el conjunto de su comercialización. De esta manera, no se trata de una problemática de índole únicamente económica: la traducción de la “obra” a otros campos y plataformas comunicativas, así como la posible adaptación de su formato y su contenido por otras cadenas de televisión, conlleva modificaciones en el contenido de la “obra” que escapan por entero al control del “autor”.

Elemento 2: Tal y como ya hemos señalado con anterioridad, la reproducibilidad y la recombinación de los contenidos que elaboran los escritores televisivos estira la cadena de valor del producto serie de televisión, multiplicando sus posibilidades de explotación económica y de negocio. En el centro de este proceso no se encuentra únicamente el carácter reproducible de las mercancías de ficción televisiva, sino la naturaleza inmaterial de las mismas. Los contenidos de televisión, como toda mercancía inmaterial, se diferencian de las mercancías materiales en su corporeidad: mientras estas segundas están constituidas de átomos y necesitan materializarse en un objeto, las primeras están hechas de información, subjetividad, conocimiento, saberes, relaciones. Comparemos a este respecto una serie de televisión y una silla elaborada por un ebanista. Mientras la

primera circula y se replica sin que por ello el dueño pierda la posesión de la misma, cuando el ebanista vende su silla a un cliente se ve inmediatamente desposeído de ella. Esta particularidad de las mercancías inmateriales multiplica enormemente las posibilidades de explotación económica del producto y la proliferación de las fuentes de negocio derivadas de su comercialización, al mismo tiempo que establece una diferencia crucial tanto con las concepciones tradicionales de la propiedad, como con los parámetros clásicos de la economía política. A partir del caso concreto de los contenidos de ficción televisiva, podemos avanzar la idea de que el elemento relevante de la producción en serie de bienes culturales ya no se encuentra tanto en la reproducibilidad técnica de los mismos (Benjamin, 2003)¹⁷¹, como en su carácter inmaterial: el salto tecnológico que ha posibilitado la digitalización de los contenidos culturales y de entretenimiento, así como su circulación y comunicación a través de Internet, ha introducido una mutación sustancial en el uso y el consumo de los bienes culturales que complejiza las dinámicas propietarias y altera las formas tradicionales de acceso social a dichos bienes. En este sentido, los razonamientos económicos y las lógicas legales que regulan la producción y circulación de mercancías materiales, parecen no ensamblarse bien con la cualidad de las mercancías inmateriales, subrayando el carácter problemático y la artificialidad de su aplicación a los bienes culturales y a los contenidos televisivos en los actuales entornos digitales.

Elemento 3: Como estamos viendo, el carácter extenso de la posibilidad de reproducción y recombinación de los contenidos de ficción televisiva genera un contexto de negocio que ofrece un amplio abanico de posibilidades para la explotación comercial de dichos contenidos. Las mercancías informacionales y los bienes culturales han encontrado en su digitalización una herramienta para la multiplicación de sus usos y consumos, así como una banda ancha de acceso a los mismos que no sólo encuentra en Internet una inmensa autopista para su

¹⁷¹ Sobre la reproducibilidad técnica se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

circulación, sino que vuelve inoperativos algunos de los postulados tradicionales de la economía política.

Según uno de los manuales de economía clásicos en España (Mochón, 2001), la base fundamental de la misma es el conflicto existente entre unas necesidades humanas supuestamente ilimitadas y el carácter limitado de los recursos sociales para satisfacerlas, lo que genera escasez e implica la necesidad insalvable de elegir, renunciando a otras opciones y estableciendo el denominado “coste de oportunidad” como singularidad fundamental de la actividad económica. Desde este punto de vista, los bienes económicos no sólo deben satisfacer una necesidad económica, sino que necesariamente deben resultar apropiables, sujetarse al principio de escasez y ser susceptibles de usos alternativos. Dentro de esta lógica, la forma de asignación de los recursos escasos entre usos alternativos es precisamente el objeto de estudio de la ciencia económica. No obstante, a diferencia de estos postulados tradicionales de la economía política, la economía inmaterial e informacional se presenta potencialmente como una economía de la abundancia en la que tanto la cualidad informacional de las mercancías, como la digitalización de los procesos y de los resultados de la producción, permiten una reproducción y una circulación infinita de los bienes. Sin embargo, las industrias culturales en general, y el sector televisivo en particular, basan su negocio en una producción artificial de escasez que cortocircuita con medidas legales y prácticas mercantiles el acceso universal y la reproducción pública de sus productos. Uno de los elementos fundamentales de esa producción de escasez artificial es la propiedad intelectual, que instaura un régimen normativo de regulación de los bienes y de las actividades artísticas que designa los contenidos culturales como propiedad de las empresas y de las corporaciones. El caso de la modalidad concreta de contrato que estamos analizando resulta un buen ejemplo de lo que decimos. El objetivo de dicha lógica propietaria no es únicamente la exclusión del “autor” del control sobre su “obra”, así como el bloqueo de su participación en la explotación comercial de la misma, sino que además persigue el control y la capitalización del acceso del público a los bienes culturales, así como la criminalización de las prácticas sociales en torno a la reproducción e intercambio

del conocimiento, la comunicación y la cultura. Desde este punto de vista, el uso patronal de la propiedad intelectual en la industria televisiva emerge abiertamente como dispositivo de control y de gobierno tanto de los “autores”, como de los públicos. Pese a que los discursos institucionales y dominantes en torno a la propiedad intelectual y a los derechos de autor enfrentan constantemente a los “creadores” con sus públicos, puesto que los segundos mostrarían la tendencia a apropiarse del objeto del trabajo de los primeros por vías no mercantiles, el uso patronal de la propiedad intelectual en el caso de los contenidos de ficción televisiva pone de manifiesto que, por el contrario, “creadores” y públicos, lejos de aparecer enfrentados, quedan hermanados en su condición de objetos de exclusión y separación en relación a las “obras”, dejando ver abiertamente que la propiedad intelectual opera como verdadero dispositivo de control social.¹⁷²

Elemento 4: Que la cadena de valor del producto del trabajo de los escritores de ficción televisiva se estire hasta alcanzar un horizonte de múltiples campos de explotación y de transducción, incluyendo literalmente según el contrato objeto de análisis la “explotación on-line, los de reunir los guiones y demás obras en que se incorporen en todo o parte en colecciones escogidas o completas y los de comunicación pública por cable, satélite, o cualquier otro medio, incluso escrito, exhibición cinematográfica y representación escénica, mediante la utilización de cualquier formato, soporte, procedimiento técnico o sistema de explotación, incluyendo, pero no quedando limitado, a la explotación comercial, videográfica, discográfica, internet, edición en forma de video, etc., (...) incluido el merchandising”, pone de manifiesto la existencia de un creciente carácter convergente tanto de los contenidos de ficción televisiva, como de las dinámicas de explotación comercial de los mismos. Jenkins (2006a) usa el término *convergencia* para describir la relevante transformación tecnológica, industrial, cultural y social de las formas en las que los medios de comunicación o de

¹⁷² La tendencia de los públicos al acceso no mercantil a los bienes culturales es catalogada en numerosas ocasiones como “piratería”. Para una aproximación a dicho concepto se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

difusión circulan en el interior de nuestra cultura. Algunas de las ideas que implica dicha noción incluyen la circulación de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias, la búsqueda de nuevas estructuras de financiación para la producción y difusión de contenidos mediáticos y culturales, así como el comportamiento “migratorio” o nómada de los públicos y las audiencias que se mueven sin cesar en la búsqueda de las experiencias de entretenimiento que más les satisfacen. En términos generales, la convergencia mediática se refiere a una situación en la que múltiples sistemas mediáticos coexisten y en la que los contenidos culturales circulan fluidamente a través de ellos. En este sentido, en un contexto de *cultura convergente* (Jenkins, 2006a) como el que describe el citado fragmento del contrato objeto de análisis, la actividad profesional de los guionistas empleados en los circuitos de producción de ficción televisiva se presenta tendencialmente como una labor narrativa de cualidad potencialmente *multimedia*, *transmedia*, y *crossmedia*, lo que dispara enormemente el carácter extendido de su cadena de valor.¹⁷³

Elemento 5: El carácter extenso de la potencia de explotación del producto del trabajo de los escritores de ficción televisiva y, por tanto, la naturaleza dilatada de la cadena de valor de dicho producto, supone al mismo tiempo la extensión de la dimensión de la explotación de los propios trabajadores. La instrumentalización gerencial del derecho de propiedad intelectual y la apropiación patronal del trabajo del guionista reconocidas por contrato, implican que se dispare y se complejice la cualidad del plusvalor que se deriva del desarrollo de la actividad laboral del escritor de guiones. Si tradicionalmente el plusvalor se ha ligado estrechamente a la producción de más valor del que necesita el trabajador para su reproducción, los escritores de ficción televisiva ponen de manifiesto una intensificación de esa dinámica, así como un giro cualitativo que implica una complejización de la naturaleza del propio plusvalor.¹⁷⁴

¹⁷³ Para una definición de los conceptos de *multimedia*, *transmedia*, y *crossmedia* se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

¹⁷⁴El plusvalor remite al valor que el trabajo no pagado del trabajador crea por encima del valor de su fuerza de trabajo y del que se apropia gratuitamente el empleador (Marx, 1984). “El

Desde este punto de vista, en la escritura televisiva el plusvalor se determina sobre todo por la diferencia entre el tiempo de trabajo formalmente reconocido como tal y el tiempo real de producción que, tal y como ya hemos apuntado en páginas anteriores, excede cualquier determinación formal de una jornada de trabajo y se extiende al conjunto del tiempo de la vida del trabajador. Desde este punto de vista, las concepciones clásicas del plusvalor tienen cierta dificultad para mostrarse operativas en el caso de los trabajadores del guión de ficción televisiva. Conviene apuntar en este sentido que Marx (1984), en su análisis del plusvalor, distingue entre un *plusvalor absoluto* y un *plusvalor relativo*: “el plusvalor producido mediante la prolongación de la jornada de trabajo es el que yo llamo plusvalor absoluto; por el contrario, al que se logra reduciendo el tiempo de trabajo necesario, con el consiguiente cambio en cuanto a la proporción de magnitudes entre ambas partes de la jornada de trabajo, la designo con el nombre de plusvalor relativo”. Al exceder el trabajo de los escritores de ficción televisiva el estrecho marco de la jornada de trabajo, el alcance del plusvalor desborda y amplía los patrones clásicos de su concepción: en el caso de los escritores de ficción televisiva “no cuenta solamente el desequilibrio, interno al tiempo de trabajo, entre trabajo necesario y plustrabajo, sino (y quizá más) el desequilibrio entre tiempo de producción (que incluye el no-trabajo, su peculiar productividad) y tiempo de trabajo” (Virno, 2002).

Al mismo tiempo, la extensión de la cadena de valor del producto del trabajo de los escritores de ficción televisiva, que tal y como sanciona el propio contrato objeto de análisis alcanza un horizonte de múltiples campos de explotación y de transducción (video, discografía, Internet, edición gráfica, cine, representación escénica, *merchandising*, etc.), implica que el plusvalor se deriva fundamentalmente de la diferencia entre el valor de cambio de la mercancía guión, es decir, su precio, y el valor de dicha mercancía, que no se agota en la

trabajador produce más valor del que consume, y lo produce consumiéndose, y ese exceso es la fuente del beneficio del capitalista” (Ibáñez, 1985).

fabricación de la serie de televisión a la que da cuerpo, sino que extiende su radio de acción y su valorización a múltiples campos, en una lógica de recombinación que da lugar a nuevas mercancías y nuevas fuentes de negocio.¹⁷⁵

Es importante señalar en este punto que el desequilibrio entre el precio del producto guión y su valor descansa sobre la diferencia entre la “forma valor” de la mercancía y la “forma del valor” o valor de cambio de la mercancía (Marx, 1984). Si en las sociedades capitalistas el trabajo contenido en el producto reviste una específica “forma valor” que hace de tal producto una mercancía, al mismo tiempo esa “forma valor” como carácter determinante de dicho producto tiene, a efectos del intercambio o de su despliegue en el mercado, una forma fenoménica necesaria de manifestación que es la “forma del valor” o valor de cambio (Castillo y García, 2001). El valor de uso del producto guión, como todo bien destinado al intercambio mercantil, es portador del valor, es decir, del trabajo social invertido en su producción y objetivado en el propio guión. La particularidad de la mercancía guión que el guionista le vende a su empleador reside en el hecho de que lejos de circunscribir su valor al uso patronal de la misma para la fabricación de la serie de televisión a la que da contenido, es susceptible de multiplicar tanto su valor de uso como su valor, recombinándose en nuevos productos, soportes y formatos más allá del propio proyecto de serie de televisión que lo ha originado y le ha dado sentido. Frente a un valor de la mercancía guión que se presenta como potencialmente indeterminado e ilimitado, la forma de ese valor o el precio de ese guión, es decir, la remuneración que el guionista ha recibido por la venta del mismo al empleador, se presenta como una magnitud nimia y ridícula. Es precisamente de ese desajuste de donde el empleador obtiene una fuente igualmente indeterminada e ilimitada de beneficio.

Al igual que las mercancías inmateriales en general no se destruyen en el acto de su consumo, sino que alargan, transforman y crean el ambiente ideológico y

¹⁷⁵ Para una aproximación a la diferencia entre precio y valor de la mercancía se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

cultural del consumidor, la mercancía guión no se agota en el proceso de fabricación de la ficción serializada de la que forma parte, sino que el trabajo del escritor objetivado en el contenido informacional del guión es susceptible de seguir produciendo valor de manera indeterminada, recombinándose en nuevas mercancías y derivando en nuevos contenidos: su productividad se presenta como potencialmente ilimitada. De esta manera, el guión posee un valor añadido de carácter potencialmente indeterminado e inagotable y, por lo tanto, el beneficio económico generado por la actividad del guionista aparece como plusvalor potencialmente infinito, separado de las condiciones de la producción e independiente respecto a la relación de trabajo establecida entre el escritor y el empleador.¹⁷⁶ El empleador paga al escritor de ficción televisiva por el producto de su trabajo, pero dicho producto es un multiplicador de nuevos productos y nuevas fuentes de negocio por las que el guionista no percibe remuneración alguna y sobre las que no posee ningún derecho de decisión ni de participación en su explotación. Este extremo implica que en su movimiento al margen del proceso de producción inmediato, el plusvalor no aparece ya como algo derivado de su relación simple e inmediata con el trabajo vivo, sino que esa relación no representa más que un momento reducido de un movimiento global mayor. Desde este punto de vista, hay una relación directa entre la independencia del plusvalor que la escritura de contenidos de ficción televisiva pone de manifiesto y una intensificación notable de la explotación: el capital no es únicamente explotación específica en la producción, sino que también conquista para sí gratuitamente dimensiones sociales que tan sólo la fuerza de trabajo vivo produce (Negri, 2001). A partir de estas premisas, el beneficio económico que genera la actividad de los guionistas no sólo aparece como indiferencia respecto al trabajo vivo, sino que se presenta además como evidente hurto patronal de la productividad del mismo.

¹⁷⁶ El concepto de “valor añadido” remite a un rasgo o a una prestación extra de un producto o un servicio que va más allá de las expectativas iniciales en relación a ese producto o ese servicio, ofreciendo o suministrando “algo más” sin generar por ello ningún coste añadido (http://en.wikipedia.org/wiki/Value_added). En el caso del producto guión, ese “algo más” se materializa en nuevas posibilidades de producto y de negocio en campos que van más allá de la propia televisión y que suponen un plus-producto del trabajo del guionista.

CORTE 3 DEL EXTRACTO DE CONTRATO:

“La presente cesión de derechos se efectúa sin perjuicio de los derechos morales de carácter irrenunciable que como autor de los guiones corresponden a D. XXX y los derechos remuneratorios derivados de la comunicación pública, que serán abonados por la Sociedad General de Autores de España.”

En este fragmento se reconoce implícitamente la diferencia entre unos derechos de autor de carácter moral y otros de naturaleza patrimonial. Dentro del campo de los derechos de autor, dicha diferencia remite a una escisión de los derechos ligados al “autor” de manera permanente y con carácter irrenunciable e imprescriptible (derechos morales), de aquellos que permiten de manera exclusiva la explotación de la “obra” (derechos patrimoniales). Podríamos decir que mientras los derechos morales reconocen formalmente la autoría sobre la “obra”, los derechos patrimoniales sancionan materialmente la propiedad sobre la misma y, con ello, el derecho a su comercialización y explotación. Desde este punto de vista, pese a reconocer explícitamente los derechos remuneratorios derivados de la comunicación pública de la “obra”, el contrato que regula la relación entre el escritor de ficción televisiva y su empleador sólo le atribuye formalmente al primero derechos sobre el producto de su trabajo, transfiriendo al empleador la materialidad del derecho de autor, de la que se ve desposeído el guionista al renunciar explícitamente a todo derecho patrimonial sobre el resultado de su actividad laboral.¹⁷⁷ A través de la mediación que constituye el marco contractual que el escritor de ficción televisiva se ve obligado a suscribir con su empleador, el trabajador no sólo se ve despojado de la materialidad del derecho de autor, sino que ve incluso vulnerado el significado y el alcance de los

¹⁷⁷ Ya hemos comentado en páginas anteriores que los escritores de ficción televisiva reciben varios pagos a lo largo del año correspondientes a los derechos de comunicación (emisión) de los episodios de la serie que escriben y en cuya elaboración han participado. Al mismo tiempo, hemos apuntado que el cobro de derechos de autor por la emisión y comunicación de su trabajo se acompañaba hasta hace poco en nuestro país de los ingresos que los profesionales del guión obtenían del denominado “canon por copia privada” o remuneración compensatoria por copia privada, una tasa aplicada a diversos medios de grabación y cuya recaudación reciben los autores, editores, productores y artistas, asociados a alguna entidad privada de gestión de derechos de autor, en compensación por las hipotéticas copias que se hacen de sus trabajos en el ámbito privado.

derechos morales que posee sobre el producto de su trabajo. Según el Convenio de Berna, base de la protección y la regulación internacional de los derechos de autor, independientemente de los derechos patrimoniales, e incluso después de la cesión de dichos derechos, el “autor” debe conservar el derecho de reivindicar la paternidad de la “obra” y de oponerse a cualquier deformación, mutilación o tipo de modificación de la misma (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 1993).¹⁷⁸ A tenor de este principio regulador, el derecho moral del “autor” incluye el derecho a preservar la integridad de la obra, es decir, a negarse a la realización de modificaciones o de obras derivadas de la misma. Sin embargo, el escritor de ficción televisiva se ve sistemáticamente despojado de dicho derecho tanto por el carácter asimétrico de su relación con el empleador y con la cadena que emite la serie, que se arrogan la potestad de decidir sobre las modificaciones que afectan al producto de la actividad del guionista sin que éste tenga derecho alguno de decisión sobre las mismas, como por el propio contrato que regula su prestación laboral y que le niega explícitamente al trabajador todo derecho de intervención o explotación sobre las obras posteriores que se deriven del producto de su trabajo.¹⁷⁹ Desde este punto de vista, el marco contractual que regula la actividad de los escritores de ficción televisiva no sólo transgrede el propio campo de los derechos de autor, sino que al mismo tiempo que dice reconocer los derechos morales del guionista sobre el producto de su trabajo, determina la vulneración de los mismos. Por otro lado, y de manera quizá más relevante que esta vulneración, la distinción entre derechos morales, derechos de orden patrimonial y derechos de remuneración contribuye a subrayar el carácter problemático de la propiedad intelectual en el caso de la escritura de contenidos de ficción televisiva. En realidad la modalidad de documento contractual que regula la prestación laboral del guionista, particularmente en el contraste entre

¹⁷⁸ Sobre el Convenio de Berna se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

¹⁷⁹ El contrato dice textualmente: “ (...) *Dichas cesiones en exclusiva atribuyen a LA PRODUCTORA la facultad de explotar los Guiones y/o las Obras Audiovisuales resultantes con exclusión de cualquier otra persona, comprendido D. XXX. La cesión a la que se refiere el párrafo anterior comprende todas las modalidades de explotación de los derechos de propiedad intelectual e industrial de los guiones y/o la serie y/o demás obras en que se incorporen los guiones, por sí o por terceros*”. (El subrayado es nuestro)

condición alienada de los derechos patrimoniales sobre el objeto de su trabajo y reconocimiento formal de sus derechos morales sobre la “obra”, pone de manifiesto la fricción existente entre la condición mercantil y empresarial de la organización de la escritura de contenidos de ficción televisiva y la racionalidad asociada tradicionalmente a la actividad artística y su resultado. Dicho conflicto descansa en el hecho de que, precisamente por la naturaleza comercial de la fabricación de contenidos de ficción televisiva, éstos pertenecen a empresas, compañías mercantiles y corporaciones, al mismo tiempo que al ser reconocidos como producto cultural adquieren una consideración de patrimonio social, una equiparación que los asocia con las “obras” artísticas tradicionales y plantea la necesidad de su protección, ligando la figura legal de los escritores de ficción televisiva a la concepción tradicional del artista (Rosales, 2002). Es precisamente para salvar esta disonancia entre enajenación del derecho patrimonial del “autor” en favor del empleador y racionalidad social del trabajo artístico y de los productos culturales, por lo que las empresas que contratan los servicios de los guionistas recurren y se apoyan en la diferencia entre derechos morales y derechos patrimoniales: la ley tiene que separar en el producto su dimensión estética de su dimensión como mercancía, lo que implica una operación eminentemente arbitraria y artificial, para imponer y apuntalar la situación del empleador como propietario del trabajo de los escritores televisivos y de su producto, salvando al mismo tiempo el escollo que plantea la racionalidad cultural y artística. Este es precisamente el fondo de la distinción entre derechos patrimoniales y derechos morales, así como el sentido del uso patronal de tal distinción que sancionan los contratos que suelen regular la actividad laboral de los trabajadores del guión. Los discursos gerenciales acostumbran a justificar que el empleador ostente la propiedad sobre la “obra” en el hecho de que la producción industrial de bienes culturales descansa en una fuerte inversión empresarial para la realización del producto, así como en la consideración clásica de que ni la materia ni los medios de producción con los que opera el trabajador pertenecen a éste, sino que son propiedad de la empresa. Sin embargo, ambos extremos son del todo inexactos en el caso de la actividad concreta de escritura

de contenidos de ficción televisiva. Por un lado, la confección de los guiones o la elaboración de los proyectos de series, tareas concretas propias de los trabajadores del guión televisivo, no requieren de una fuerte inversión monetaria. Por otro lado, ya hemos visto en páginas anteriores cómo la posesión de la materia y de los medios de producción por parte de los escritores de ficción televisiva los diferencia de otro tipo de trabajadores, constituyendo esta característica no tanto una singularidad propia de los escritores televisivos, como una peculiaridad adscribible a gran parte del trabajo de naturaleza cognitiva. Desde este punto de vista, la distinción entre derechos patrimoniales y derechos morales de autor aparece como una estrategia netamente patronal que viene a acentuar la eminente artificialidad de la propia propiedad intelectual y de la autoría aplicadas al campo de la escritura de contenidos de ficción televisiva serializada, una actividad cuya condición colectiva integra diversas aportaciones “creadoras” y en la que el proceso mismo se impone sobre las necesidades o los deseos expresivos de los “creadores”.

A tenor del conjunto de observaciones que hemos propuesto sobre el papel de la propiedad intelectual en la relación entre los trabajadores del guión y sus empleadores, podemos trazar el dibujo de dicha propiedad como dispositivo de control que, al mismo tiempo que cercena la potencia y la autonomía que hipotéticamente le concede al escritor la posesión de la materia prima y de los medios de producción, se conecta directamente con una mutación en curso que afecta al propio concepto de propiedad: el pasaje de la idea de propiedad no sólo como posesión material, sino como control inmaterial (Marazzi, Fumagalli y Zanini, 2002). Las relaciones de producción en las que se ven envueltos los guionistas empleados en los circuitos de fabricación de la ficción televisiva de carácter serial subrayan precisamente esta idea, al constituir de manera paradigmática la propiedad intelectual como aparato de control patronal sobre el trabajo vivo. En este sentido, dos son las consecuencias que han emanado de nuestro análisis de esta problemática. La primera es la hipótesis general de que cuando el propio concepto de propiedad lleva implícito el principio de que sólo

se puede ser propietario de algo que sea material, la cualidad inmaterialidad del producto del trabajo de corte cognitivo implica que la propiedad necesariamente se transforme directamente en control.¹⁸⁰ En segundo lugar, si el caso de los guionistas de ficción televisiva señala que el trabajo cognitivo introduce una modificación de la estructura de propiedad de los medios de producción, no es menos cierto que también subraya el hecho de que dicha modificación no erosiona el mando patronal sobre el trabajo. Todo el despliegue estratégico implicado en la imposición patronal de una separación del escritor del contenido y del producto de su actividad, implícito en las dinámicas de control de la erogación de la renta y en la instrumentalización de la propiedad intelectual, tienen como objetivo, precisamente, que la propiedad de los medios de producción no implique ningún tipo de poder, es más, que ésta se transforme en un vínculo que incremente la dependencia económica, cultural y psicológica de los trabajadores (Fumagalli, 2007).

No obstante, conviene señalar que, lejos de constituir elementos separados, control del acceso a la renta y propiedad intelectual aparecen íntimamente unidos en las nuevas dinámicas de gobierno sobre el trabajo. La usurpación patronal de los derechos de autor que sancionan gran parte de las modalidades de contrato que regulan el trabajo de los escritores de ficción televisiva se relaciona directamente con una modulación gerencial de la erogación de la renta de los mismos que, tal y como hemos apuntado en páginas anteriores, constituye uno de los elementos fundamentales del control patronal sobre los trabajadores del guión. La negación al escritor de todo derecho patrimonial sobre el producto de su actividad imposibilita su participación en la explotación de su “obra”, viéndose excluido de cualquier obtención de renta derivada de los ingresos generados por dicha explotación. De esta manera, la instrumentalización patronal de la propiedad intelectual no sólo opera como mecanismo artificial de separación del guionista del producto de su actividad laboral, sino que se

¹⁸⁰ Para una aproximación a la consideración de la propiedad como control, se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

constituye en herramienta de regulación absolutamente restrictiva del acceso a la erogación del rédito por parte del trabajador.

En este sentido, la instrumentalización patronal de la propiedad intelectual, junto a la naturaleza arbitraria de la remuneración del trabajador, al carácter incierto y discontinuo de la misma fruto de un régimen de intermitencia permanente en la prestación laboral, unido a la institución del crédito como dispositivo de suministro de renta que impone un régimen servil de sujeción a través de la deuda, se constituyen en mecanismos claves de un ejercicio de control de los trabajadores mediante la modulación de la erogación del rédito. La combinación de todos esos elementos configura una dinámica que se intensifica en un contexto marcado, tal y como hemos visto en páginas anteriores, por dos circunstancias relevantes que inciden de manera determinante en el diseño de una malla de control del trabajo vivo mediante la distribución de la renta: por un lado, (a) una diferencia apabullante entre rentas del trabajo y rentas del capital que determina una asimetría igualmente apabullante en la relación de poder entre empleadores y trabajadores; por otro lado, (b) un proceso paulatino de reducción del gasto público en materia social, así como de mercantilización de los derechos sociales a través de la conversión de los mismos en inversiones individuales, que interviene directamente en la renta del trabajador mediante un notable recorte del salario indirecto. Al mismo tiempo, la imposición de una dinámica espuria de determinación de la cuantía de la remuneración encuentra en aquellos escritores de ficción televisiva sujetos al estatuto del trabajo por cuenta ajena un terreno de artificialidad especialmente evidente. La extensión del tiempo de producción al conjunto del tiempo de la vida del trabajador, propia de los profesionales de la escritura televisiva tal y como ya hemos visto en páginas anteriores, choca con el establecimiento de un tiempo de trabajo formal que constituye el único retribuido por el empleador. Esta diferencia entre tiempo real de producción y tiempo de trabajo reconocido y retribuido impone una medida de la renta absolutamente arbitraria a la que los empleadores dan vida y gobiernan a través del mercado de trabajo, sujetando a los trabajadores asalariados del guión a una relación de

dependencia que se articula mediante formas contractuales cada vez más fantasiosas y artificiales (Bascetta, 2002).

La artificialidad como principio y fondo complejo de las dinámicas de regulación y remuneración de la prestación profesional de los escritores de ficción televisiva encuentra un ejemplo paradigmático en la principal entidad de gestión de derechos de autor en nuestro país: la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE). La importancia de dicha entidad no sólo reside en su carácter hegemónico y mayoritario entre las sociedades españolas de gestión de derechos de autor, con más de 94.000 socios y un repertorio de más de tres millones de obras registradas (SGAE, 2009), sino que se deriva de su naturaleza de espacio de cruce entre propiedad intelectual y dinámicas de erogación de renta, tanto para los trabajadores artísticos de las industrias culturales en general, como para los guionistas de ficción televisiva en particular. Pese a que la entidad nació en 1899 siendo la SAE (Sociedad de Autores Españoles) y en 1934 se fusionó con otras sociedades para convertirse en la SGAE (Sociedad General de Autores Españoles), con el objetivo declarado de defender los derechos de los autores y batirse por mejorar las condiciones de su trabajo y el reconocimiento patrimonial del resultado de su actividad profesional, en 1995 la sociedad pasó a incluir en su seno no sólo a los trabajadores, sino también a los empresarios, adoptando su actual denominación de Sociedad General de Autores y Editores.¹⁸¹ La constitución de la SGAE en una entidad que agrupa a trabajadores y empleadores la dota de un carácter artificial y fantasioso que se deriva de la noción implícita de que ambos agentes comparten los mismos intereses, así como de la idea de que las relaciones de producción en el ecosistema de las industrias culturales poseen un carácter simétrico, afín y ecuánime. Sin embargo, a lo largo de nuestro análisis de los derechos de autor y de la instrumentalización patronal de la propiedad intelectual en los circuitos de producción de contenidos de ficción televisiva, hemos puesto de manifiesto de manera plausible y sobradamente

¹⁸¹ Para una descripción más detallada de la historia y el sentido de la SGAE se puede consultar: <http://alturl.com/t2wwr>, así como <http://la-ex.net/que-es/sgae>.

argumentada tanto la presencia evidente de una asimetría entre trabajadores y empleadores, como la existencia de una dinámica patronal de usurpación y explotación de los derechos de autor que es reconocida y sancionada formalmente por los marcos contractuales que regulan las relaciones entre los guionistas y las empresas productoras. De esta forma, la naturaleza de la SGAE no sólo constituye una manifiesta contradicción en términos, sino que representa para los escritores de contenidos de ficción televisiva el equivalente a lo que significaba el Sindicato Vertical para los trabajadores de nuestro país durante el franquismo: la herramienta de institucionalización de una verdadera antinomia (Sánchez y Nicolás, 1993), así como una entidad que, lejos de defender y representar los intereses de los trabajadores, constituía fundamentalmente un instrumento político y económico funcional para los empleadores (Sánchez Recio, 2002).¹⁸² Dicho carácter funcional de la SGAE para la patronal del sector audiovisual fue una de las razones que impulsó a un grupo de trabajadores del guión a crear en el año 1.999 DAMA (Derechos de Autor de Medios Audiovisuales), una entidad de gestión especializada en la recaudación, gestión y reparto de los derechos de autor de obras audiovisuales y cinematográficas a la que ya hemos hecho referencia en páginas anteriores. DAMA está formada en la actualidad por mas de 400 socios y gestiona un repertorio de mas de 60.000 obras audiovisuales de ficción.

¹⁸² Para una definición de la cualidad del sindicalismo vertical franquista se puede consultar el inventario.

INTERMEZZO 2

En torno al gobierno del trabajo: de la gobernabilidad a la gobernanza

El análisis del ecosistema productivo de los escritores de ficción televisiva en nuestro país pone de manifiesto la ligazón existente entre reestructuración de los mercados y los procesos de trabajo, modalidad de gobierno de los trabajadores y precarización de las condiciones de vida de los mismos. Lejos de constituir una particularidad aislada, el caso de los guionistas de televisión supone una singularidad en el seno de un movimiento general de reestructuración del mundo del trabajo que se ha conectado con un salto de paradigma en las lógicas de ejercicio de la gubernamentalidad, así como con un cambio en la cualidad y en el sentido de la precariedad. De esta manera, nos proponemos realizar un cierre de nuestra aproximación a la lógica y la fenomenología del gobierno patronal sobre los guionistas televisivos mediante la configuración de una perspectiva que sitúe a los sujetos de nuestro estudio en el interior de un marco histórico y teórico general, entendiendo su caso no como una particularidad aislada, sino como ejemplo paradigmático de una realidad social y productiva generalizada en nuestros días. Ese es, precisamente, el objeto de este *intermezzo*.

La idea de fondo de nuestro análisis es que la realidad profesional de los escritores de televisión está atravesada por las profundas transformaciones que en las últimas décadas han afectado al mundo del trabajo en su conjunto. En el contexto complejo de dichas transformaciones, las tensiones generadas en los espacios conectados con la esfera productiva han interactuado con todo el entramado social, desquiciando equilibrios consolidados, alterando instituciones y comportamientos, así como modificando formas de mediación y de conflicto. Uno de los elementos más reseñables de los nuevos escenarios surgidos de la transformación es la precarización del trabajo y del empleo, que se ha estirado hasta afectar a la totalidad de la vida, constituyéndose en el fenómeno central de un proceso de transformación que, como ya hemos visto, ha ligado estrechamente inseguridad del trabajo con seguridad en la gestión económica para el capital. La precariedad se ha activado como práctica estratégica fundamental tanto en la consecución de una mayor seguridad y adaptabilidad empresarial frente a las fluctuaciones del mercado, como en el ejercicio de un

control y un gobierno del trabajo vivo basado en el bloqueo de su capacidad de sustracción y de resistencia.

A partir de estas premisas, en el transcurso de nuestro análisis de los escritores de ficción televisiva y de sus realidades laborales hemos ido modelando una suerte de marco teórico en torno a la precarización del trabajo y su gobierno cuya síntesis puede resultar útil para el análisis sociológico de los escenarios laborales de nuestros días. La base de dicho marco teórico es una hipótesis de partida: la existencia de un campo temporal definible en términos de *continuum*, útil a la hora de dotar a los análisis sobre los nuevos paradigmas productivos de una perspectiva histórica de desarrollo.¹⁸³ Desde este punto de vista, en el cruce analítico entre dinámicas productivas, técnicas gubernamentales y modos hegemónicos de subjetivación, los procesos de precarización desatados en las últimas décadas emergen como variable contradictoria inherente a la gubernamentalidad liberal, dibujando un viaje desde su naturaleza anómala a su constitución en elemento fundamental de las técnicas actuales de normalización gubernamental (Lorey, 2006). Dos serían las etapas diferenciadas que alimentarían ese *continuum* y que determinarían la transformación histórica de la precariedad desde su inconsistencia hasta su conversión en elemento fundamental en el ejercicio de la gubernamentalidad:

1. Primera etapa: *gubernamentalidad por gobernabilidad*

La primera fase corresponde al desarrollo del régimen social ligado a la hegemonía de la producción industrial en serie y de la “gran fábrica”, marcado por el despliegue de un conjunto de temporalidades sociales estables y diferenciadas, apoyado en la consolidación de la relación salarial como mediación general ineludible, capaz de articular universos existenciales

¹⁸³ Nos aproximamos a la noción de *continuum* no desde un sentido teleológico, ni como una percepción lineal en el tiempo, sino desde una hipótesis que apunta movimientos paradójicos en el tiempo que funcionan como rupturas y conflictos marcados por una cierta “continuidad” lógica.

previsibles, así como biografías laborales de índole generalmente lineal. En este contexto, una norma de empleo estable originaba la posibilidad de inscribir la fuerza de trabajo en un estatuto o una carrera, al mismo tiempo que se instauraba la separación definitiva de la operación de trabajo y del trabajador, disociando cada vez más los marcos formativos del ejercicio del trabajo (Rolle, 1988), así como articulando una conexión estructurada entre aprendizaje y prestación. Paralelamente, el marco económico general descansaba sobre el desarrollo de políticas de redistribución de la renta y de apoyo material a la demanda que incidían de manera determinante en la gestión del conflicto social, sentando las bases sólidas de un compromiso entre capital y trabajo que hacía de los sindicatos y del Estado sus principales agentes de mediación. Tal compromiso posibilitaba el despliegue de una *gubernamentalidad basada en el ejercicio de la gobernabilidad* a través del consenso institucional y de la práctica de una lógica política de corte reformista. El desarrollo de dispositivos de carácter disciplinario acompañaba el despliegue de una regulación del trabajo vivo que perseguía su reducción a un universo vital compuesto de recorridos gobernables y patrones normativos estables en los que las dinámicas identitarias en torno al trabajo fluyeran de manera “natural”: el oficio poseía una centralidad absoluta en las construcciones de sí, operando como sustancia del sentido de las personas y como clave para la sociabilidad.

En este sentido, la sociedad disciplinaria emerge como base de la sociedad industrial, operando como ingeniería para la gobernabilidad de la misma.¹⁸⁴ Si la industrialización había sepultado el orden social artesanal y su modo de organización de la actividad laboral, atacando la unidad primordial entre el trabajo y el trabajador, los dispositivos disciplinarios, tanto espaciales como temporales, permitieron al capital recomponer la sujeción del trabajo vivo. En este sentido, el principal dispositivo disciplinario fue la relación salarial misma, cuya imposición impedía todo desarrollo autónomo *del* trabajo (fordismo),

¹⁸⁴ Sobre la sociedad disciplinaria se puede consultar el inventario: “Sociedad disciplinaria/Sociedad de control”.

combinada con una organización de la producción que mutilará la posibilidad de todo desarrollo autónomo *en* el trabajo (taylorismo). De esta manera, cualquier dinámica de precarización, de introducción de incertidumbre e inestabilidad en las relaciones, se vió censurada y condenada a la periferia del modelo, constituyéndose en exceso anómalo a reducir. Fue precisamente la emergencia de formas de subjetivación y de movimientos sociales que empujen en el sentido de un desequilibrio tanto de la norma de empleo estable, como de la relación salarial misma, los que se situaron en el centro de una crisis que abrirá la puerta de las modificaciones en las formas sociales de regulación y de organización del trabajo a partir de los años setenta, así como a una redefinición del valor y del sentido de la precariedad.

2. Segunda etapa: *gubernamentalidad por gobernanza*

La segunda fase del *continuum* propuesto, desatada a partir de los años setenta del pasado siglo, está marcada por una paulatina ruptura de los órdenes temporales y espaciales reseñados en la descripción de la primera etapa. La interacción de las diferentes temporalidades sociales que se conjugan para configurar escenarios estables de recombinación de trabajos y trabajadores tiende a dislocarse absolutamente, difuminando las fronteras nítidas que separaban los ciclos formativos del desempeño de la actividad laboral, el tiempo de trabajo del no-trabajo o el consumo de la producción¹⁸⁵. La ruptura de toda reconstrucción estable de las diferentes temporalidades sociales se materializa en biografías laborales marcadas por la intermitencia y por la combinación de tiempos y experiencias múltiples y simultaneas, tal y como pone de manifiesto el caso de los escritores de ficción televisiva.

¹⁸⁵ Ya hemos visto el carácter productivo que tiene el consumo cultural en el caso de los escritores de ficción televisiva. En el caso de las industrias culturales son muchos los análisis que señalan el carácter activo y eminentemente productivo de los públicos (consumidores). Sobre el trabajo invisible del telespectador televisivo se puede consultar Hall (1994) o Allard (1994). Profundizaremos en ello de manera pormenorizada más adelante, en un apartado especialmente dedicado a dicha temática.

Igualmente, los espacios productivos se disuelven y desterritorializan, confiriendo al trabajo un carácter fluido (Castillo, 1998) y desarrollándose una organización en red apoyada en una composición técnica del capital revolucionada por el desarrollo de las tecnologías informáticas y de la comunicación. Paralelamente, los mercados laborales se reconfiguran a través de intervenciones políticas que erosionan considerablemente los marcos jurídicos de regulación de las relaciones laborales, así como el propio derecho del trabajo (Supiot, 2000), desatando un proceso de desregulación y flexibilización patronal que dispara la empleabilidad y la movilidad de la fuerza de trabajo. Al mismo tiempo, el desarrollo de las relaciones de servicio (Gadrey y Zarifian, 2002) como vector capaz de atravesar el conjunto de los sectores productivos, altera los códigos de la relación salarial clásica y hace emerger una nueva galaxia de modalidades de la prestación laboral, entre las que destaca el desarrollo del denominado *trabajo autónomo de segunda generación* (Bologna y Fumagalli, 1997), ya analizado en páginas anteriores.

En este contexto, la hibridación de una multiplicidad de condiciones, figuras y modalidades del trabajo desata tanto una transformación de las dinámicas de subjetivación e identización de los trabajadores, como del carácter de la gubernamentalidad que preside los nuevos escenarios precarizados.¹⁸⁶ Los nuevos trabajadores precarios se definen cada vez menos a partir de la experiencia diferenciada del trabajo que desarrollan, concediendo una importancia creciente a los gustos, los placeres o las inclinaciones en materia de consumo. Al mismo tiempo, se abre un problema crucial de gobierno sobre estos nuevos trabajadores: el sujeto empleable de los nuevos marcos productivos constituye la personificación de la transición como condición, un “*in-between*” (Bhabha, 1994 y 1996) permanente que vive en una *interzona* de tránsitos múltiples, una fuerza de trabajo cuyo gobierno no puede ser desplegado en base a parámetros estables y fijos, exteriores a la propia lógica de la hibridación y la

¹⁸⁶ Sobre el concepto de identización se puede consultar el inventario.

movilidad constantes.¹⁸⁷ Los marcos disciplinarios, pegados a procesos de homogeneización de las relaciones laborales que partían de un ejercicio de representación del trabajo en base a la unificación y la abstracción, no resisten la complejidad de unos escenarios marcados por la imposibilidad de reducción, unificación y homogeneización. La gubernamentalidad no se desarrolla ya en base a un ejercicio de gobernabilidad, es decir, mediante procedimientos de reducción del exceso y la complejidad por un lado, y consensos en torno a ejercicios estables de representación basados en medidas unificadoras o construcciones trascendentales por otro, sino a través de una práctica de control, contingente, flexible y fundada en una dinámica permanente de cierre y apertura sobre la heterogeneidad. Si los dispositivos disciplinarios se articulaban en la anterior etapa sobre una acción global de *reducción del exceso* mediante la integración, en esta nueva etapa el control opera como intento de *regulación del exceso*. Si la gobernabilidad funcionaba sobre la base de la representación política legitimada y la producción de orden, la nueva *gobernanza* aparece como gestión de un desorden constitutivo que señala una crisis ontológica de la propia representación política del trabajo vivo.¹⁸⁸ Si la gobernabilidad determinaba un ecosistema marcado por la regularidad normativa, la *gobernanza* se mueve en un escenario marcado por la práctica de la excepción convertida en norma.

El sentido gubernamental de la precariedad descansa precisamente en su naturaleza de producción de emergencias: la inestabilidad en la obtención de renta hace del trabajador precario un *sujeto sujetado* (Ibáñez, 1994a) por un estado permanente de excepción. Tal y como hemos visto en páginas anteriores siguiendo los análisis de Tsianos y Papadopoulos (2006), el precario corporeiza la precariedad a través de experiencias de vulnerabilidad, hiperactividad,

¹⁸⁷ Tomamos la noción de *in-between* de Homi Bhabha, quien la utiliza haciendo referencia al “entre-medio” de la cultura, es decir, a la existencia de numerosos espacios de carácter intersticial en la configuración cultural e identitaria de los grupos y los individuos. Desde este punto de vista, lejos de poseer sentido esencialista alguno, la clave de comprensión de la cuestión identitaria y cultural debe asumir la centralidad del fenómeno de la hibridación entre diferencias. En este sentido, Bhabha cita el ejemplo de las personas migrantes en los países del norte del planeta: habitan un espacio entre dos culturas, dos lenguas, dos sistemas de valores, etc.

¹⁸⁸ Para una definición del concepto de gobernanza se puede consultar el inventario.

simultaneidad recombinação, inquietud, inestabilidad, agotamiento afectivo y astucia. De esta manera, el carácter de la precariedad como dispositivo de gubernamentalidad reside precisamente en su naturaleza corporeizada a través de experiencias vitales permanentes: no se trata únicamente de un régimen de regulación de los mercados de trabajo y de las relaciones laborales, sino que consiste en el cruce entre políticas gubernamentales y construcciones cotidianas de sí. Un cruce que determina una forma de control social que opera como explotación extensa del *continuum* de la vida, atravesando todos los espacios y los tiempos de la sociabilidad. Desde este punto de vista, tal y como propone Lorey (2006), el deseo de autonomía y movilidad de una época, fundamento de los procesos de *precarización de sí* y fuente de una conflictividad permanente, se inscribe de manera natural en un escenario como el que estamos describiendo, encajando perfectamente con la racionalidad general que preside los escenarios del trabajo y las relaciones sociales: la precariedad se hace herramienta de normalización, conectándose directamente con las formas sistémicas de subjetivación.¹⁸⁹

¹⁸⁹ La *precarización de sí* remite a experiencias de auto-constitución de recorridos y escenarios profesionales marcados por la inestabilidad y la contingencia, ajenos a las pautas de la norma de empleo estable y a las relaciones salariales tradicionales, en favor de dinámicas de autoemprendizaje y de una mayor libertad potencial en la organización laboral y en el desarrollo profesional del trabajador.

3.1.5.3. Los aprendizajes y las formaciones II: Bioeconomía de la formación continua. La formación como inversión

En un apartado anterior hemos situado las dinámicas y experiencias de formación características de los escritores de ficción televisiva en un horizonte eminentemente biopolítico que liga experiencias formales e informales de aprendizaje y sedimentación de competencias con el desarrollo de la vida misma del trabajador: por un lado, la formación deviene continua y abarca el conjunto del tiempo de la vida del guionista; por otro lado, la totalidad de las experiencias vitales tienen una naturaleza productiva: el trabajo y las derivas formativas del trabajador colonizan los tiempos y los espacios de lo que tradicionalmente se ha concebido como esfera de la reproducción, tal y como ilustra de manera paradigmática el carácter eminentemente productivo que el ocio o los consumos culturales poseen para el escritor televisivo. Así, las políticas formativas penetran el conjunto de la vida del trabajador, adquiriendo un eminente carácter biopolítico y bioeconómico en un horizonte en el que las facultades vitales y el conjunto de la vida social del trabajador se convierten en territorio complejo de la valorización económica.

Desde este punto de vista, la propuesta de un análisis bioeconómico de los ciclos, los trayectos y las características de la formación en el caso de los escritores de ficción televisiva en nuestro país, lejos de remitir únicamente a un ejercicio de relato de las mutaciones fenomenológicas que conlleva la conversión biopolítica de la misma, puede funcionar como un arado que va removiendo el suelo investigador de los aprendizajes y la producción de competencias de los trabajadores, sacando a la superficie nudos problemáticos y elementos conflictivos de enorme utilidad crítica para los análisis de las dinámicas generales de la formación continua en el conjunto de los actuales escenarios laborales.

A partir de los escritores de ficción televisiva, el primero de los nudos

problemáticos asociados al desarrollo de la formación continua se relaciona con una redefinición de la relación entre capital y trabajo, visibilizada por el caso de los trabajadores del guión mediante la encarnación del capital fijo y del capital variable en el cuerpo vivo de la fuerza de trabajo. Dicha superación de la separación entre ambos tipos de capital no sólo se relaciona con fenómenos como la externalización, la flexibilización y el crecimiento del trabajo formalmente independiente, sino que se conecta directamente con las implicaciones y el alcance del concepto de capital humano: cuando se habla de “inversión en el capital humano” se entiende explícitamente que es sobre la fuerza de trabajo como conjunto de competencias pasadas y de trabajo vivo presente sobre el que es necesario invertir (Marazzi, 2007).

Tomando como punto de partida las propuestas analíticas de Bourdieu (1979a, 1979b y 1994), hemos hecho ya referencia a la naturaleza de “inversión en sí” de los aprendizajes y de las dinámicas formativas propias de los escritores televisivos, así como hemos resaltado la cualidad de inversión del capital cultural sedimentado en el trabajador del guión como capital fijo. Ahora nos interesa poner en relación la categoría de inversión con el concepto de capital humano tal y como éste aparece definido y formulado en los discursos manageriales. Con dicho concepto se hace referencia convencionalmente al conjunto de las capacidades productivas que un individuo adquiere por acumulación de conocimientos generales o específicos, de saber-hacer, etc. Desde este punto de vista, la noción de capital expresa la idea de un stock inmaterial imputado a una persona, que se acumula en ésta y que tiene la naturaleza y la forma de una inversión personal (Gleizes, 2004).¹⁹⁰ El uso de la categoría de inversión no constituye un recurso estilístico ni posee una naturaleza metafórica: remite a la

¹⁹⁰ Como toda inversión, la inversión en capital humano se evalúa por la diferencia entre los gastos iniciales, el coste de los gastos en educación y los gastos correspondientes (compra de libros, adquisición de bienes y servicios culturales, etc.), el coste de productividad, es decir, el salario que recibe el trabajador cuando está empleado, y sus rentas futuras actualizadas. El trabajador optimiza sus capacidades evitando que no se deprecien demasiado, bien por la desvalorización de sus conocimientos generales y específicos, como por la degradación de su salud física y psicológica (Gleizes, 2004).

descripción fidedigna de un auténtico y verdadero acto de inversión económica que tiene una enorme relevancia a la hora de abordar el análisis de la cuestión de la formación continua. Dicha relevancia se relaciona, tal y como pone de manifiesto el caso de la escritura de contenidos de ficción televisiva, con la hibridación de trabajo y formación a lo largo del conjunto de la vida del trabajador: no se trata de un desembolso circunscribible únicamente a un período puntual de la vida del mismo, que coincide con sus años de formación escolar reglada, sino de un gasto que constituye una inversión de naturaleza recurrente a lo largo de toda la vida activa del trabajador y que, por lo tanto, debería prever su amortización, exactamente como cuando se invierte en una máquina para poner en marcha un proceso de producción previendo que, al final de su utilización, será sustituida por una nueva máquina (Marazzi, 2007).

Sin embargo, los discursos manageriales, las prácticas empresariales y las políticas públicas ignoran por completo la relación básica entre inversión y amortización que la naturaleza evidentemente económica del concepto de capital humano debería implicar. El trabajo vivo del escritor de ficción televisiva constituye una actividad continua de transformación del material humano en el que y con el que trabaja, material que ha sido acumulado como auténtico trabajo pasado que ha conllevado una inversión de tiempo, de recursos y de renta por parte del trabajador. En el *continuum* espacio-temporal constituido por la actividad laboral y las experiencias formativas del guionista como un híbrido indisociable se consumen el conjunto de saberes y conocimientos socialmente dados en un determinado período. Es precisamente el carácter reproductivo de dicha actividad de consumo como producción de capital humano y, al mismo tiempo, como puesta a trabajar del mismo, la que subraya que la inversión en dicho capital debería incluir su amortización, puesto que únicamente la amortización de la inversión realizada está en grado de garantizar la reproducción del material humano acumulado como capital (Marazzi, 2007). Pese a la capitalización, la “empresarialización” y la sujeción del conjunto de la vida del trabajador a la lógica del cálculo económico que implica el despliegue

gerencial de la racionalidad asociada al concepto de capital humano, dicho despliegue ignora por completo la cuestión de la amortización. Si la actividad empresarial y la lógica económica indican la necesidad irrenunciable de amortizar las inversiones con la intención de que la cifra de beneficio recoja siempre la renta generada y no el capital consumido (Ahijado y Aguer, 1996), es decir, si la recuperación de los fondos invertidos constituye un imperativo de la racionalidad empresarial, la extensión de dicha racionalidad al trabajador debería ir asociada a la recuperación de las inversiones realizadas para su reproducción en su condición de capital humano.¹⁹¹

La amortización de sus inversiones, sin embargo, está lejos de la realidad de los trabajadores del guión, ajenos a cualquier tipo de compensación del gasto realizado y que únicamente son objeto de un salario o de una remuneración por su actividad laboral de carácter puntual que no sólo no incluye los costes reproductivos de su fuerza de trabajo en los períodos de inactividad laboral forzada, numerosos en el ejercicio de una profesión caracterizada por la naturaleza intermitente de la prestación laboral, sino que se presenta generalmente como variable dependiente de las oscilaciones del mercado y, por tanto, indiferente a las necesidades del trabajador y a las permanentes inversiones necesarias para su inserción ininterrumpida en los circuitos de la formación continua. De esta manera, la ligazón entre lógica de la formación continua y racionalidad asociada al concepto de capital humano aparece explícitamente como dispositivo patronal de desvalorización del trabajador y como intensificación de su explotación.

Sin embargo, las consecuencias que se derivan de la naturaleza de inversión que posee para el trabajador la producción de sí como capital humano no se agotan en el problema de la amortización, sino que se relacionan directamente con el segundo nudo problemático asociado al desarrollo de la formación continua a

¹⁹¹ El significado de la amortización como recuperación de las inversiones realizadas se acentúa en el vocablo que en lengua inglesa da cuenta del concepto de amortización. En inglés amortización se dice *repayment*, que literalmente significa “repago”.

partir del caso de los escritores de ficción televisiva. Dicho nudo problemático estriba en el hecho de que el desarrollo imbricado de las políticas de formación continua y de la racionalidad asociada al concepto de capital humano coincide con el despliegue de las políticas neoliberales de desmantelamiento del denominado “Estado social”, ligadas a un aumento de los costes de la educación y a una reducción considerable de la inversión pública en dicha materia.

El caso español resulta más que significativo en este sentido. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) llamó la atención en 2006 sobre el hecho de que en el período 1995-2003 en España se había producido una disminución notable de la parte de renta nacional destinada al sector educativo. En su informe "Panorámica sobre la Educación 2006", la OCDE consideraba significativo que el ritmo de crecimiento del gasto público en educación fuera menor que el de su riqueza nacional: en 1995 representaba el 5,3% de su Producto Interior Bruto (PIB), el 4,8% en 2000 y el 4,7% en 2003, frente al 5,9% de media de la OCDE (EFE, 2006b). Efectivamente, el gasto público en educación en relación al PIB ha disminuido de manera continuada en los últimos años, situándose su caída en casi un 10% entre 1994 y 2005, pasando del 4,75 al 4,30%. Lo más significativo de estos datos es que España es uno de los países con el presupuesto educativo más bajo en el contexto de la Europa de los 15, donde sólo tres países (Luxemburgo, Grecia e Irlanda) dedican a educación una parte menor del PIB. Por ejemplo, Portugal otorga a la escuela pública un 31% más que España, y Dinamarca, el país líder en esta materia, dedica un 92% más (Colectivo IOE, 2008a).¹⁹² Dicha tendencia continuada a la

¹⁹² En una perspectiva histórica más amplia, España ha arrastrado un gran retraso en su sistema escolar hasta los años setenta, década en la que el gasto público en relación con el PIB se incrementó desde el 1,8 % al 3,7 %. En 1994 alcanzó su máximo histórico con un 4,8 %, para descender desde entonces en paralelo con la reducción del número de alumnos. Por otra parte, la proporción de alumnos y alumnas que perciben becas para sus estudios, sin incluir las ayudas para libros ni la exención de tasas a familias numerosas, ha descendido del 9 % a mediados de los años noventa a un 6 % en los últimos años. La evolución experimentada desde 1994 es positiva: en relación al PIB se incrementó un 48%. Al mismo tiempo, España se mantiene a mucha distancia de la media europea en cuanto a la inversión en I+D se refiere, superando sólo a Grecia y Portugal en la Europa de los 15. Varios de los nuevos países comunitarios, como la República Checa o Eslovenia, se sitúan incluso por delante (Colectivo IOE, 2008).

disminución de los recursos públicos destinados al campo educativo, que agrava aún más la ya de por sí situación de precariedad del gasto público en educación en España en relación al contexto europeo, han tenido claros visos de continuidad en las políticas de austeridad impuestas en nuestro país a partir de 2008. En base a los datos económicos al respecto correspondientes al año 2011, los presupuestos públicos destinados a la enseñanza para ese año por las comunidades autónomas, responsables de más del 80% del gasto educativo en nuestro país, se redujeron en 1.622 millones de euros con respecto a 2010, y algo más de 1.800 millones si se incluye una bajada programada por el Ministerio de Educación para el ejercicio presupuestario de ese mismo año (Aunión, 2011).

A tenor de este conjunto de datos emergen dos elementos problemáticos básicos que no sólo afectan a la población laboral flotante que transita por los circuitos del trabajo cognitivo en España, sino que se relacionan con las consideraciones que hemos observado anteriormente sobre la cuestión de la amortización de las inversiones en capital humano, así como con el desarrollo del paradigma de la formación continua entrelazado con la racionalidad asociada a la conceptualización de dicho capital. En primer lugar, se da una situación eminentemente paradójica que resulta altamente problemática: al mismo tiempo que asistimos a una continuada desinversión pública en materia educativa, se produce una intensificación del crecimiento y de la importancia estratégica del conocimiento, tanto desde un punto de vista estrictamente económico, como desde un prisma social amplio que sitúa las innovaciones operadas por el trabajo cognitivo a la cabeza de las determinaciones que derivan en procesos de cambio social que están produciendo mutaciones que afectan al conjunto de los trabajos y de las relaciones sociales.¹⁹³ Este desajuste paradójico resulta crítico para el conjunto de trabajadores cognitivos, por un lado porque precisamente por la cualidad cognitiva de esos trabajadores y de sus trabajos, la educación y las dinámicas formativas resultan esenciales; por otro lado, porque la desinversión

¹⁹³ Las innovaciones ligadas al desarrollo cognitivo determinan una hegemonía cualitativa del mismo. Sobre este asunto se puede consultar el inventario: “Hegemonía del trabajo cognitivo”.

pública en materia educativa implica una transferencia de la carga inversionista y del gasto hacia los propios trabajadores. Evidentemente, dicha transferencia incide directamente en un empeoramiento manifiesto de las condiciones de vida de los mismos, así como intensifica el grado de su explotación: a la desinversión pública hay que unir la ausencia de inversión por parte del empleador, lo que carga sobre las rentas del trabajador el gasto continuo que implica una formación de carácter igualmente continuo. Si generalmente, tal y como hemos puesto de manifiesto en páginas anteriores, el empleador no arrienda la fuerza de trabajo del escritor televisivo, compuesta por la suma del capital fijo y del capital variable que se ponen en juego en el proceso productivo, sino que arrienda un servicio y paga por el producto del trabajo, es evidente que dicho empleador se está ahorrando la inversión en capital fijo. De esta manera, la transferencia del gasto en capital fijo al guionista no sólo altera absolutamente los parámetros tradicionales de articulación de la relación entre trabajadores y empleadores, modificando uno de los principios básicos de la función empresarial, sino que constituye una vuelta de tuerca más en la ya de por sí relación asimétrica entre ambos agentes, ampliándose notablemente el horizonte de explotación del trabajador.

Es precisamente esa transferencia de la carga inversionista hacia los trabajadores y su incidencia en la configuración de un contexto general de precarización de las condiciones de vida de los mismos, la que constituye el marco en el que se encuadra el tercero de los nudos problemáticos que la cuestión de la formación continua y su combinación con el desarrollo práctico del concepto de capital humano ponen sobre la mesa. Dicho nudo está constituido por la relación de ese contexto general con unos ejercicios de consumo cultural que, tal y como pone de manifiesto el caso de los escritores de ficción televisiva, configuran un universo informal de materiales formativos y de aprendizajes no sólo esencial para el trabajador, sino vital para el desarrollo de los procesos productivos que éste habita.

En el fondo del razonamiento se encuentra una mutación significativa del sentido social y económico del denominado “tiempo libre” que descansa, tal y como ponen de manifiesto los guionistas televisivos y el carácter netamente productivo de su tiempo de ocio, en la erosión de las fronteras tradicionales entre trabajo y no-trabajo. En este sentido, es precisamente la lógica acumulativa de saberes y de formación que da lugar al capital fijo humano que encarna el trabajador, la que impone una reorganización de la relación entre trabajo y no-trabajo en el seno de la cual el tiempo libre no constituye ya un tiempo residual, que en el modelo industrial tradicional suponía un intervalo compensatorio de recuperación de las fuerzas físicas y mentales del trabajador, sino que posee un valor operativo que se sitúa en el corazón mismo de los procesos productivos: para el escritor de ficción televisiva el ocio se hace trabajo.

Para dimensionar convenientemente la relevancia y el alcance de la resignificación social y económica del tiempo libre a partir del caso de los guionistas empleados en los ciclos de fabricación de contenidos de ficción televisiva, particularmente a través del carácter directamente productivo de sus consumos culturales, puede resultar interesante aproximarnos someramente tanto a una interesante puntualización sobre la categoría de ocio, como a una genealogía social del tiempo libre.

La puntualización sobre el fenómeno del ocio remite al carácter directamente productivo de los consumos culturales, indicador de la naturaleza igualmente productiva del ocio y, por tanto, de la desaparición del mismo en su equiparación con el *neg-ocio*: se define el negocio como (nec-) privación del (-otium) ocio (Ibáñez. 1997). Esta conversión del ocio lo que hace en realidad es subrayar la componente productiva que, tal y como señala Ibáñez (1997), su ejercicio siempre había conllevado: “en el ocio se cruzan un tiempo de producción y un tiempo de consumo. Ambos tiempos están organizados desde fuera: el tiempo de consumo (alimentarse y copular) desde el orden biológico, el tiempo de producción (trabajar física y mentalmente) desde el orden social”. Como pone de

manifiesto el caso de los escritores de ficción televisiva, al mismo tiempo que se subraya la componente productiva del ocio, se opera un cambio de la cualidad de la producción implícita en su ejercicio: de una producción escindida del trabajo se pasa a una acción directamente ligada a la actividad laboral, hasta el punto de que ambas esferas se vinculan hasta fusionarse: el ocio se hace trabajo.

Para concebir la relevancia del giro que venimos describiendo como conversión del ocio en trabajo, conviene desarrollar una mínima genealogía social del tiempo libre. Para ello resultan de gran utilidad los análisis de Delphine Vallade (2002 y 2006) sobre la cuestión. Vallade parte del presupuesto de que la separación del tiempo de trabajo de otros tiempos sociales tuvo su inicio en la organización económica industrial, origen de una norma de eficacia productiva diferente a las reglas de la producción agrícola y a la dinámica económica preindustrial: en la organización industrial la eficacia procede por la exteriorización fuera del tiempo de trabajo de secuencias “improductivas” o “reproductivas” como el reposo cotidiano o los tiempos del aprendizaje y de la discusión, actividades que aparecían entremezcladas con el tiempo de trabajo en la economía preindustrial. En el curso de esa transición, tal y como argumenta Vallade, el trabajo mismo cambia de significación: sólo la venta de fuerza de trabajo en el seno de una relación mercantil es reconocida como trabajo. El tiempo de trabajo doméstico y los tiempos de la educación, que contribuyen a la reproducción del sistema económico, son excluidos del “tiempo económico” y el tiempo de trabajo asalariado directo es el único considerado como productivo. En ese proceso, la articulación económica y social de un tiempo libre separado del tiempo productivo del trabajador pasa por dos fases históricas diferenciadas: una primera etapa en la que el tiempo de no-trabajo es consagrado a la recuperación de las fuerzas físicas y psíquicas y una segunda etapa, a partir de los años sesenta del siglo XX, correspondiente a la constitución de un tiempo de ocio como tiempo social autónomo centrado en el desarrollo de actividades particulares que le son propias. Es en esta segunda etapa cuando el tiempo libre como tiempo social adquiere todo su sentido: el crecimiento de la estabilidad y del poder

adquisitivo de los trabajadores eleva la calidad del tiempo doméstico y del tiempo de ocio, que se abren a nuevas necesidades, a una diversificación de las prácticas (deporte, televisión, camping, fotografía, música, etc.) y a una apertura del ábanico de acceso al consumo de mercancías de carácter masivo y volcadas directamente sobre el propio tiempo libre como horizonte de su sentido y de su valor de uso.

Alfonso Ortí (1994) relaciona el predominio simbólico y cuantitativo de los bienes de consumo ocioso masivos con profundas transformaciones en el proceso motivacional de la demanda de los trabajadores convertidos en consumidores. La expansión de los bienes ociosos masivos durante la segunda etapa de desarrollo del tiempo libre como tiempo social autónomo, entraña para Ortí un cambio en el sistema de valores y motivaciones que orientan la conducta de los consumidores, así como altera las pautas del propio consumo. En este sentido, la periodización que propone Vallade de dos etapas bien diferenciadas en la evolución histórica del tiempo de no-trabajo, se correspondería con lo que Ortí define como dos modelos de comportamiento del consumidor: un modelo de corte marginalista y puritano, correspondiente a la primera etapa del esquema de Vallade, cuyos comportamientos se centran en la previsión, el cálculo, el ahorro individual y la posposición de satisfacciones en la adquisición de una serie limitada de bienes elementales; y un modelo propio de la economía del bienestar, de carácter hedonista y lúdico, correspondiente a la segunda fase del esquema propuesto por Vallade, cuyos comportamientos se ven estimulados por la multiplicación y anticipación de satisfacciones, promovidas por el entorno de un mercado centrado en la oferta de bienes ociosos masivos. En el caso español, podríamos establecer una relación directa entre los dos modelos de consumo que apunta Ortí y la estructura social del consumo que propone Fernando Conde (1994) en su análisis de la génesis de la sociedad de consumo en nuestro país. Desde el punto de vista de Conde, el nacimiento de la sociedad de consumo se desarrolló en España en un contexto marcado, por un lado, por la pervivencia de sectores sociales, dominantes políticamente hasta 1959 dentro del régimen franquista,

vinculados a ciertos valores tradicionales asociados a las denominadas clases patrimoniales; y por otro lado, por unas nuevas clases medias funcionales al calor de la fuerte industrialización e inmigración y sustentadoras de un cierto proyecto de modernización. El conflicto entre ambos sectores sociales será, precisamente, el que se encuentre en la base del cambio de modelo de consumo que apunta Ortí, un cambio de modelo favorecido en el caso español por dos elementos significativos según Conde: la connotación positiva del consumo y la publicidad como espacios de libertad y de socialización positiva y expresiva en un contexto de férrea dictadura política, lo que dota a los mismos de una fuerza persuasiva elevada; y, por otro lado, una memoria de la sociedad de subsistencia anterior, frente al rápido desarrollo de los años sesenta, como factor decisivo que impulsó la voracidad del primer estadio del consumismo español.

Una vez analizada mínimamente la erosión de las fronteras entre trabajo y no-trabajo, así como el fenómeno del consumo desde una perspectiva histórica, conviene regresar de nuevo al caso particular de los escritores de ficción televisiva para aterrizar algunas de las observaciones más significativas que hemos expuesto en las últimas páginas en relación a la resignificación social del tiempo libre. En este sentido, a tenor del análisis que hemos desarrollado sobre el carácter productivo de los aprendizajes y de los consumos culturales de los guionistas, unido a la naturaleza desterritorializada y transtemporal del trabajo de los mismos, los profesionales del guión aparecen como habitantes de una importante mutación en el contenido y el sentido del no-trabajo, así como de una resignificación del tiempo libre que erosiona radicalmente los parámetros con los que la sociedad industrial configuraba y significaba el ocio: los guionistas, como el conjunto de los trabajadores cognitivos, se sitúan en el centro de una transformación de la forma y el contenido del trabajo que reestructura la relación entre trabajo y no-trabajo tal y como había sido constituida en el capitalismo industrial. Como señala Vallade (2004), el contexto general de dicha transformación es un desplazamiento progresivo del centro de gravedad de la actividad económica, desde una dinámica de acumulación de corte material hacia

una acumulación de saberes informacionales indisociables del desarrollo humano. Esa transformación y ese desplazamiento no solamente inciden en una recomposición de la relación tradicional entre capital y trabajo, sino que impulsan igualmente una recomposición del tiempo libre: más allá del ocio clásico, ese tiempo social se estructura ahora a través de una continuidad acumulativa que se articula sobre la multiplicación de los tiempos de formación, de actividades y de sociabilidad. Tal y como ponen de manifiesto los escritores de ficción televisiva, esa continuidad acumulativa no sólo se cristaliza como materia que da cuerpo al capital fijo encarnado por los propios escritores, sino que se inscribe en un contexto de individualización de las condiciones y las relaciones de trabajo, así como de diversificación de las formas de movilización de la mano de obra, que cuestiona críticamente las modalidades clásicas de ajuste de los tiempos de trabajo y no-trabajo según la modalidad industrial tradicional (Vallade, 2004).

Igualmente, al mismo tiempo que se produce una recomposición del tiempo libre que se abre a una nueva cualidad de actividades, los escritores de ficción televisiva ponen de manifiesto una mutación del significado social y económico de las formas tradicionales de ocio masivo, tal y como demuestra el carácter netamente productivo de sus consumos culturales. Ir al cine, leer una novela, ver una serie de televisión o jugar a un videojuego, son para el trabajador del guión experiencias que se ligan directamente con el contenido de su propia actividad laboral. En este sentido, para el guionista no existe una frontera real entre trabajo y no-trabajo: el tiempo libre aparece directamente como tiempo de trabajo.

Esta equiparación entre trabajo y ocio, que se despliega desde el carácter productivo de los consumos culturales, plantea al menos dos cuestiones relevantes que poseen una importancia y un alcance crítico no sólo en términos analíticos, sino también desde un punto de vista eminentemente político:

1. La primera cuestión se resume en la siguiente proposición: *cuando el ocio*

se hace trabajo resulta razonable plantear la conveniencia de una retribución del vivir.

La remuneración del vivir es precisamente la base de las reivindicaciones y de las teorizaciones de una *renta básica de ciudadanía* (Fumagalli, 1999; Raventós, 2001 y 2007; Van Parijs y Vanderborght, 2006) o de una *bio-renta* (Marazzi y Corsani, 2007; Corsani, 2007), entendidas como un acceso a la moneda de carácter universal, incondicional e independiente de la prestación laboral formal del individuo.¹⁹⁴ En la base de la propuesta de una bio-renta se encuentra la hipótesis de un desplazamiento de la relación capital/trabajo hacia una relación de tipo capital/vida: tal y como ponen de manifiesto los escritores de ficción televisiva, asistimos a una lógica de acumulación que coloca en el corazón de la valorización capitalista el conjunto de las actividades del trabajador consagradas a su reproducción, dibujando un contexto en el que la actividad laboral invade la totalidad de la vida del trabajador y los consumos culturales que contribuyen a configurar sus experiencias de ocio presentan un carácter directamente productivo. Desde este punto de vista, la bio-renta aparece como consecuente reconocimiento del “trabajo de la vida”, es decir, como contraparte de una productividad que se deriva del simple hecho de vivir (Corsani, 2007). La realidad existencial y laboral de los guionistas empleados en los ciclos de fabricación de contenidos de ficción televisiva impone un desplazamiento de la noción de trabajo productivo que rompe con las concepciones clásicas del mismo, así como con la lógica tradicional del capitalismo industrial. Es precisamente ese desplazamiento el que justifica la hipótesis y la reivindicación de una bio-renta para los escritores televisivos y para el conjunto de los trabajadores cognitivos. Siguiendo los análisis de Monnier y Vercellone (2007) al respecto, así como algunos de los

¹⁹⁴ Para una definición de “renta de ciudadanía” o “bio-renta” se puede consultar el inventario.

razonamiento que hemos expuesto en páginas anteriores, la resignificación de la noción de trabajo productivo y la justificación de una remuneración del vivir se derivan de tres elementos fundamentales que describen el contexto bioeconómico en el que, tal y como venimos argumentando en el curso de nuestro análisis, se inscribe la actividad profesional de los trabajadores del guión:

- a) La parte del capital tradicionalmente catalogada como “intangible” (educación, formación, salud, etc.), incorporada en gran medida en los trabajadores, ha sobrepasado la del capital material en el stock real del capital, convirtiéndose en el principal factor explicativo del crecimiento económico. Este cambio significa que las condiciones de la formación y de la reproducción de la fuerza de trabajo poseen en la actualidad una naturaleza directamente productiva.
- b) El trabajo cognitivo se desarrolla tanto dentro como fuera del cuadro de la actividad laboral formal, directa e inmediata. Desde este punto de vista, el trabajo asalariado consagrado directamente a una actividad de producción durante la jornada oficial de trabajo no constituye más que una fracción, generalmente la menos importante, del tiempo social de producción.
- c) El trabajo cognitivo pone de manifiesto una crisis del régimen temporal ligado al desarrollo del capitalismo industrial. Dicho régimen encontraba su elemento estructurante fundamental en el establecimiento de una oposición entre el tiempo de trabajo directo y asalariado, catalogado como el único tiempo productivo, y los demás tiempos sociales, consagrados a la formación y a la reproducción de la fuerza de trabajo, así como considerados de carácter improductivo.

A tenor de estos elementos, tratar de pensar el trabajo de los escritores de ficción televisiva a partir del concepto tradicional de trabajo productivo revelaría hoy en día, tal y como apuntan Monnier y Vercellone, un anacronismo semejante a mantener tras la primera revolución industrial las viejas categorías elaboradas por los fisiócratas, que consideraban que solamente el trabajo agrícola presentaba una naturaleza productiva. Sin embargo, la mutación expresada paradigmáticamente por los escritores de ficción televisiva no sólo posee un alcance teórico o analítico, sino que impone resignificaciones y recodificaciones de naturaleza económica y política. Si es cierto que en el ecosistema de economía cognitiva en el que habitan los guionistas se hace del todo imposible aprehender la estructura temporal de la producción a partir de los viejos esquemas teóricos, no es menos cierto que la imposibilidad de disociar la producción de la reproducción debe tener efectos sobre la cualidad de la remuneración de los trabajadores: la justa retribución de los factores productivos bioeconómicos debería estar constituida por una remuneración de la vida en cuanto tal (Fumagalli y Lucarelli, 2007).¹⁹⁵

2. La segunda cuestión en relación al carácter productivo de los consumos culturales de los escritores de ficción televisiva se sintetiza en la siguiente proposición: *si los consumos culturales son fundamentales tanto para la producción de sí, como para la producción de riqueza, resulta razonable plantear la conveniencia social de un acceso libre a los mismos.*

¹⁹⁵ Los viejos esquemas teóricos hacen referencia al hecho de que “en el contexto taylorista, el tiempo estaba planificado y subdividido con el fin de aumentar y de medir la productividad material del trabajo, recurriendo a mecanismos de división y de parcelación de las tareas. Tanto el tiempo de trabajo como el tipo de prestación estaban estrictamente definidas y separadas del tiempo de vida y de las actividades de ‘tiempo libre’. (...) El precio del trabajo –resultado de la negociación colectiva entre empresarios y sindicatos- dependía del tiempo trabajado y de la productividad del trabajo. Los salarios se determinaban de manera colectiva, aunque se distribuyeran de manera individual, ya que la implicación de cada trabajador (en términos de tiempo y de esfuerzo) era susceptible de ser medida” (Fumagalli y Lucarelli, 2007).

En este sentido, el caso de los trabajadores del guión nos lleva necesariamente a proponer un desplazamiento del punto de vista sobre los consumos culturales, centrado tradicionalmente en la dimensión del gusto y de la identidad de clase (Bourdieu, 1979a), hacia la temática de un equilibrio en la relación entre capital y trabajo basado en una redefinición de los derechos de los ciudadanos acorde con el paradigma productivo que venimos definiendo con nuestro análisis. En este sentido, no se trata evidentemente de una simple reivindicación “tardohumanista” del derecho de todos a gozar de “los tesoros de las letras y de las artes”, sino de la constatación de que hacer de las leyes del mercado y de la lógica del beneficio privado el criterio que decide el acceso a los bienes culturales, las tecnologías y los instrumentos de comunicación, significa hoy en día no solamente promover un empobrecimiento social generalizado, sino sujetar a rígidos criterios de exclusión las posibilidades de adquisición del nivel de capital cultural necesario para el pleno acceso del trabajador a la ciudadanía, así como para su pleno desarrollo productivo (Guareschi, 2001).¹⁹⁶ De esta manera, cuando la circulación del escritor de ficción televisiva por el universo de consumos culturales en el que se reproduce como capital humano está sujeta al peaje obligatorio y sistemático de la pérdida de parte de su renta, que se destina a la adquisición mercantil de bienes y servicios culturales, está justificada la tendencia generalizada entre los guionistas a eludir dicho peaje:

“Sí, yo me bajo de Internet películas, series y todo lo que pilla (risas)... Como hace todo el mundo. También voy a la FNAC y me dejo una pasta o voy al cine, pero es que si no me bajara las cosas de Internet no tendría pelas suficientes para ver todo lo que tengo que ver” [ENTREVISTA 8]

¹⁹⁶ Entre los consumos culturales de nuestro tiempo se deben incluir no sólo libros, conciertos o películas, sino el hardware y el software informático o los instrumentos audiovisuales. En un contexto en el que, por ejemplo, el analfabetismo informático constituye un poderoso vehículo de exclusión social, la universalización de las posibilidades de acceso a las tecnologías de conectividad, de copia y de formación asume una relevancia vital (Guareschi, 2001).

“Me bajo series de Internet o me las copio de amigos o de otros colegas guionistas. (...) Yo no sé si bajarme series está bien o está mal, lo que si sé es que necesito verlas y que son muy caras”
[ENTREVISTA 12]

Cuando los consumos culturales poseen un carácter directamente productivo y constituyen uno de los elementos fundamentales de la configuración y la reproducción del capital fijo encarnado en el trabajador, la copia y la descarga de archivos en Internet, así como el acceso a redes P2P de distribución cooperativa de bienes culturales, aparecen para el guionista como lícita herramienta para el equilibrio de su renta frente al carácter injusto de inversión sin amortización que representa el hecho de que él mismo tenga que sufragar un capital humano que no sólo resulta central en los procesos productivos que habita, sino cuyo producto únicamente constituye una fuente de beneficio y de lucro para el empleador. De esta manera, las prácticas sociales de acceso libre a los bienes culturales a través de la red suponen para el escritor de ficción televisiva un necesario elemento de supervivencia y de autovalorización, justa y necesaria contrapartida a la cualidad de la explotación de la que es objeto, así como a las dinámicas de precarización que le impone el gobierno patronal de la erogación del rédito.¹⁹⁷ Al mismo tiempo, y de manera paradójica, dichas prácticas de acceso libre a los bienes culturales poseen un efecto positivo para las empresas que contratan los servicios de los guionistas, así como para el propio desarrollo del sector televisivo, puesto que los usos y consumos culturales de los trabajadores del guión inciden en un enriquecimiento de la cualidad del capital humano que encarnan, dotando al trabajo vivo de un mayor valor de uso para el empleador, así como de una mayor productividad potencial.

¹⁹⁷ Sobre el concepto de “autovalorización” se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

Conviene señalar que la pertinencia y el carácter lícito de la práctica del P2P ocupa un lugar significativo en la opinión de los escritores audiovisuales en España. El portal “ABC guionistas” (www.abcgionistas.com) ofrece un dato interesante al respecto. En una encuesta conducida a través de su sitio en Internet en junio de 2010, ante la pregunta “vosotros, como guionistas, ¿qué opináis sobre el hecho de compartir películas con derechos de autor, sin ánimo de lucro, a través de la Red de Redes?”, un 45,77% de los encuestado respondió “me parece bien que se difunda todo tipo de cultura, y eso incluye a las películas con derechos de autor”. Solamente un 3,48% de los guionistas que respondieron el cuestionario asoció el intercambio de archivos con el robo. Además de constituir una herramienta para la supervivencia de los escritores de ficción televisiva, su inclinación hacia la descarga y la copia de contenidos culturales indica que esa tendencia no es únicamente propia de los públicos, tal y como preconizan los discursos que sostienen las políticas de mercantilización y privatización del acceso a la cultura, así como las medidas jurídicas y legislativas de represión del acceso libre a la misma, sino que el hábito de las descargas en Internet y de la copia es también propio de los “autores” y los “creadores”. En este sentido, la realidad que ponen de manifiesto los trabajadores del guión contribuye a invalidar la propia distinción entre públicos y “creadores” no sólo como agentes enfrentados, sino como sujetos diferenciados.

3.1.5.4. Función empresarial y representación tradicional de la figura obrera: entre erosión de la legitimidad y crisis de sentido

La cualidad formalmente empresarial que distingue algunos de los trazos de la figura del escritor de ficción televisiva implica desequilibrios en las dinámicas clásicas de construcción de la relación entre trabajadores y empleadores. Dichos desequilibrios intervienen tanto en la cualidad y el sentido de ambos agentes, como en los imaginarios sociales y las construcciones identitarias ligadas tradicionalmente a ellos. Cuando el trabajador asume funciones y cualidades empresariales, no sólo se ven alteradas las concepciones de sí que clásicamente han orientado las formas de subjetivación del trabajo, sino que se origina un desplazamiento de la función empresarial que conlleva una potencial pérdida de sentido de la figura patronal que puede llegar a afectar a la legitimidad de los empleadores y de las empresas.

Tal y como venimos desgranando en el desarrollo de nuestro análisis, el carácter altamente socializado y desterritorializado del trabajo de escritura de contenidos de ficción televisiva, unido a la propiedad de los medios de producción por parte de un trabajador que opera como auténtico contenedor del capital fijo, hacen de la empresa que contrata los servicios de los guionistas un lugar esencialmente inmaterial, en el que la función patronal se convierte en un territorio fecundo para el cuestionamiento de su legitimidad, su sentido y sus patrones identitarios tradicionales. Desde este punto de vista, son tres los campos de erosión potencial de la materialidad clásica de la actividad empresarial que surgen en relación a la escritura de ficción televisiva:

1. En primer lugar, se produce una *modificación de la función de control y de organización del proceso de trabajo*, tradicionalmente adscrita al rol gerencial.

La autonomía relativa del guionista y su autoorganización en el desempeño de la actividad laboral concreta alteran considerablemente

una de las bases clásicas de la figura empresarial: la concepción de la empresa como “sistema de trabajo” que le otorga al patrón el control sobre el conjunto del proceso productivo. Dicho proceso se concibe clásicamente como la acción del *trabajador* sobre un *objeto de trabajo* con la ayuda de un *medio de producción*, de tal manera que esos tres factores combinados constituyen los tres elementos de base que componen dicho sistema (Jacot, 1998). Sin embargo, los tres elementos mencionados poseen tendencialmente una naturaleza ajena al empleador y exterior a la empresa en el caso de los procesos de producción de guiones de ficción televisiva. En primer lugar, el trabajo vivo se desarrolla por cuenta propia en una tendencia cada vez más generalizada entre los guionistas, escapando la actividad laboral concreta tanto al control del empleador, como al espacio físico de la empresa y a los tiempos laborales formalmente reconocidos como tales. En segundo lugar, el objeto y el medio de trabajo son patrimonio del trabajador: en las antípodas del paradigma tradicional de la función empresarial, es el guionista el que aporta los medios de producción, puesto que dichos medios están encarnados en el propio escritor, cuya fuerza de trabajo funciona a la vez como contenedor del capital fijo y del capital variable que se combinan en el desarrollo del proceso productivo.

2. En segundo lugar, se produce una *modificación del sujeto de las dinámicas de inversión*: el peso de las inversiones se desplaza tendencialmente desde el empleador al trabajador.

Mientras que las concepciones tradicionales del empresario lo sitúan como el foco de las inversiones en capital necesarias para que el proceso productivo se lleve a cabo, en la escritura de ficción televisiva es el trabajador el que asume un papel central en el desarrollo de las inversiones: además de invertir en trabajo, puesto que adelanta su prestación laboral frente a una remuneración por parte del empleador que se hace efectiva siempre a posteriori, el guionista invierte en capital, ya

que costea los recorridos formativos continuos y los consumos culturales constantes que se encuentran en la base de las competencias cuya acumulación constituye el capital humano encarnado en su persona, principal fuerza productiva que se pone en juego en la fabricación de guiones y en la creación de proyectos de ficción televisiva. El coste de dicha inversión para el trabajador se intensifica por el hecho de que la reciente evolución de las relaciones laborales muestra una clara tendencia hacia la transferencia de la carga de la totalidad del gasto de la producción y reproducción de la fuerza de trabajo al propio trabajador.

3. En tercer lugar, se produce una *modificación del foco de la innovación en los procesos productivos*.

Los dispositivos tradicionales de producción de subjetividad en torno a la figura empresarial han concebido la definición del acto empresarial como la introducción en el sistema económico de la innovación, señalando la empresa como el sujeto de la acción innovadora (Schumpeter, 1962; Drucker, 1985):

“La innovación es la herramienta específica de los empresarios, los medios mediante los cuales éstos aprovechan el cambio como una oportunidad para un negocio o un servicio diferente. Es susceptible de ser presentada como una disciplina, capaz de ser aprendida, capaz de ser practicada. Los empresarios necesitan buscar con ahinco las fuentes de la innovación, los cambios y los síntomas que indican oportunidades para una innovación exitosa. Y necesitan conocer y aplicar los principios de la innovación exitosa” (Drucker, 1985).

“El impulso fundamental que pone en marcha y mantiene en movimiento la máquina capitalista viene de los nuevos bienes de consumo, de los nuevos métodos de producción o de transporte, de los nuevos mercados o de las nuevas formas de organización industrial que la empresa capitalista crea” (Schumpeter, 1962).

Para Schumpeter la figura del empresario equivale directamente a la del innovador, en un giro discursivo que sacraliza la empresa privada como lugar central y fundamental de la innovación, equiparando el tipo ideal de figura gerencial con la imagen de una especie de “genio creativo” (Corsani, 2003).¹⁹⁸ En este sentido, la figura del empresario schumpeteriano constituye uno de los elementos centrales de una concepción económica según la cual la economía que sigue un movimiento cíclico tiende a estancarse, dibujándose un escenario en el que la única forma de impedir dicho estancamiento pasa por la continua introducción de innovaciones a cargo del empleador (Rowan, 2010), de ahí el papel eminentemente central y protagonista del mismo. Sin embargo, la escritura televisiva y la dinámica de creación de proyectos de ficción para televisión se alejan notablemente del modelo schumpeteriano de aprehensión y constitución de la figura patronal. Lejos de focalizarse en la acción de los empleadores, la innovación y la creatividad en el campo de la creación de contenidos de ficción serializada para televisión encuentra sus motores fundamentales sobre todo en los escritores y en los públicos. Los primeros porque representan el sujeto fundamental de la invención de universos y proyectos de ficción para televisión. Los segundos porque con sus usos y consumos del medio televisivo, así como con su carácter cada vez más activo y productivo, determinan comportamientos y actos de innovación que terminan por afectar tanto a los lenguajes y a los contenidos de la ficción televisiva, como a sus modalidades de negocio.¹⁹⁹ En el caso de los guionistas, su patrimonio material sobre la innovación en la elaboración de contenidos de ficción televisiva se suele ceñir a dos modalidades básicas: por un

¹⁹⁸ La idea del empresario como genio creativo protagonista de la decisión y la innovación sirve a Hardt y Negri (2004) para construir una interesante analogía entre la teoría de la soberanía moderna y la gestión empresarial capitalista. Sobre esta asunto se puede consultar el inventario: “Empresariado y soberanía moderna”.

¹⁹⁹ Profundizaremos en el análisis de los públicos y su carácter productivo en un apartado especialmente dedicado a ello.

lado, cuando los escritores están sujetos a una relación laboral tradicional con la empresa, suelen conformar la savia vital de los departamentos de creación de proyectos; por otro lado, cuando los guionistas trabajan por cuenta propia y se constituyen en empresa de servicios narrativos televisivos, suelen crear y desarrollar los proyectos de series que luego le venden a las empresas productoras de contenidos, que a su vez se los venden a las cadenas de televisión.

En cualquier caso, conviene señalar que los tres campos de modificación de la actividad empresarial que acabamos de describir no sólo afectan a los marcos de referencia de la figura gerencial, erosionando el tipo ideal de sus concepciones tradicionales, sino que se relacionan con la emergencia de un modelo patronal de nuevo tipo que se visibiliza abiertamente en la cualidad concreta que presenta la relación de la función empresarial con la fabricación de guiones de ficción televisiva. Para entender la naturaleza de dicha función en relación a la actividad de los escritores, resulta útil la distinción que propone Jacot (1997, 1998) entre tres figuras diferentes de empresa: la empresa como *sistema de trabajo*, a la que ya hemos hecho referencia anteriormente; la empresa como *centro de negocios*; y la empresa como *institución social*. Las tres figuras representan modalidades diferentes de intervención posible en la gestión. Jacot plantea una correspondencia entre estos tres niveles de la actividad empresarial y las coordenadas productividad-competitividad-rentabilidad, que se relacionan directamente con las tres formas que Marx distingue para el capital: productivo (P), mercantil (M), dinerario (D). Conviene apuntar que Jacot propone una comprensión de los tres perfiles de la empresa como figuras simultáneas, más que como formas sucesivas en la evolución de la empresa como institución. En este sentido, propone el concepto de “centro de negocios” como herramienta analítica adecuada a la empresa actual, caracterizada por un alargamiento de los espacios de negocio y una multiplicación de las alianzas comerciales.

Es precisamente en este tercer modelo de empresa, el centro de negocios, en el

que reconocemos a las empresas productoras de contenidos para televisión. Se trata de compañías que dejan abiertamente de lado la centralidad que la función patronal tradicional otorgaba a la empresa como “sistema de trabajo”, desprendiéndose de la organización y el control del proceso productivo como combinación de trabajo vivo, objeto de trabajo y medio de trabajo, tal y como hemos visto anteriormente. Este vuelco de la actividad patronal implica no sólo que la configuración y la gestión del sistema de trabajo recaen sobre los trabajadores, sino que la empresa que contrata sus servicios se convierte para ellos sobre todo en un elemento de mediación y de representación en relación a las cadenas de televisión, agentes-clientes que determinan que el producto de la actividad laboral de los guionistas se traduzca y materialice en términos audiovisuales y llegue a ser emitido. En este sentido, existe una tendencia manifiesta que indica que los escritores y los equipos de guionistas gestionan con una notable autonomía el proceso concreto de trabajo en la fabricación de guiones, mientras que la empresa para la que trabajan se encarga, fundamentalmente, de la comunicación y la relación de intermediación con las cadenas clientes a partir de los contenidos y proyectos que elaboran los escritores. Dicha tendencia en la evolución de la cualidad patronal en relación a la escritura televisiva se acrecienta cuando los guionistas trabajan por cuenta propia y venden contenidos a las empresas productoras. En este caso, dichas empresas actúan para el guionista, abierta y reconocidamente, como meros intermediarios con las cadenas de televisión para la venta y el desarrollo de los proyectos de series televisivas que éstos conciben y elaboran. Esta circunstancia pone de manifiesto un vuelco de la figura patronal hacia sus funciones de intermediación, significando con ello la concentración de la empresa en su función de centro de negocios, en detrimento de su condición tradicional de sistema de trabajo. De esta manera, la empresa asume una condición interesante en relación a la escritura de contenidos de ficción televisiva: al mismo tiempo que pierde centralidad su sentido clásico de organización de producción, se subraya su condición de “unidad económica de beneficio orientada en función de las oportunidades de operación mercantil con el objetivo de obtener beneficio del

intercambio” (Weber, 2001), definición tradicional de la empresa como institución fundamental de la economía mercantil. Es decir, al mismo tiempo que la función patronal se desliga del trabajo, el empleador acentúa tendencialmente su naturaleza comercial: el empleador aparece cada vez más como un mercader en relación a la escritura de contenidos de ficción televisiva.²⁰⁰

No obstante el valor explicativo que posee la centralidad de la cualidad comercial en el desarrollo de la función patronal en los procesos de escritura televisiva, conviene apuntar que encierra el riesgo de simplificar al extremo la dimensión del papel patronal en el conjunto de los ciclos de producción de contenidos para televisión. Al mismo tiempo, puede abrirse al equívoco velando la complejidad que caracteriza tanto las transformaciones objeto de nuestro análisis, como la cualidad de la nueva modalidad patronal de la que estamos tratando de dar cuenta. De ahí que el valor que le hemos otorgado a la actividad comercial y de mediación del empleador requiera de dos matices importantes.

El primero de ellos se relaciona directamente con el sentido y la función de las empresas productoras de contenidos para televisión más allá de la actividad de los escritores de ficción televisiva: dichas empresas se denominan “productoras” precisamente porque producen mercancías televisivas, es decir, porque las fabrican. De esta manera, las productoras asumen tareas de coordinación y planificación, presupuestación, grabación y postproducción, para la elaboración de las series de ficción, así como gestionan y facilitan recursos humanos y técnicos necesarios para la fabricación de las mercancías televisivas que comercializan, en un proceso monitorizado plenamente por la cadena-cliente que financia y coproduce dichas mercancías: la cadena define la política presupuestaria y suele aportar recursos productivos fundamentales en la mayoría de los casos, como pueden ser los sets de rodaje, por citar un ejemplo bastante común.

²⁰⁰ Sobre la figura del mercader se puede consultar la entrada del inventario: “Sabio, mercader y guerrero”.

El segundo matiz importante se refiere a la complejidad que caracteriza el sentido y la actividad de la modalidad patronal de nuevo tipo que estamos tratando de caracterizar. La mutación de la función patronal en relación a la escritura de contenidos de ficción televisiva no constituye una simplificación del alcance de dicha función ni implica en realidad un cambio en su naturaleza, sino que supone sobre todo una modificación de la cualidad de la realización de sus objetivos: la extracción patronal de plusvalor no es ya el resultado de la explotación directa del trabajo, puesto que éste es cada vez más dejado en manos de los escritores como “trabajadores-empresa”, sino que el plusvalor se deriva de la producción y control de *flujos* de información y de comunicación, así como de la constitución y gestión de *relaciones*, fundamentalmente con la cadena-cliente, las agencias de publicidad y las marcas (anunciantes), las entidades financieras, los guionistas como unidades cada vez más autónomas de producción y los públicos. En este sentido, se trata de una modalidad patronal que dedica una parte cada vez más importante de su tiempo y de su responsabilidad a la gestión de la comunicación y de las relaciones en detrimento del tiempo y los recursos consagrados a las actividades productivas propiamente dichas. Tal y como hemos planteado ya en el primer capítulo de este trabajo, algunos autores han propuesto la categoría de *empresario político* para nombrar la cualidad de esta nueva figura de la actividad patronal (Corsani, Lazzarato y Negri, 1996; Lazzarato, 1997; Marazzi, 1999; Cocco, 2003), dando cuenta con dicho concepto de una forma de empresa en la que la cooperación productiva precede y es exterior a la función gerencial y en la que la legitimidad de ésta depende de la reconstrucción política de una función de la que se ha reappropriado materialmente el trabajador en el seno de una producción de carácter eminentemente socializado.²⁰¹

Al respecto, Giuseppe Cocco (2003) plantea de manera interesante la relación entre pérdida de legitimidad del empleador y modalidad política de ejercicio del empresariado: “(...) el nuevo *management* transforma las características propias

²⁰¹ Sobre la figura del empresario político se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

fundamentales de la organización técnica para volverse inmediatamente organización política del trabajo. Es decir, reconoce que la desaparición de la división taylorista entre los momentos de concepción y los de ejecución determina el fin de toda legitimidad objetiva (técnico-científica) del control empresarial sobre el trabajo. Es aquí donde el nuevo *management* necesita explicitar la dimensión subjetiva del trabajo para integrarla como tal en una organización productiva que se aproxime cada vez más a las formas de estructuración de la acción política. (...) Quiere decir que el capital, al perder la hegemonía de la esfera de la racionalidad instrumental (que el taylorismo le proporcionaba), busca legitimarse directamente en el terreno de la estructuración política del proceso de valorización, como producción de control por medio del control”.

Desde este prisma, la figura patronal que emerge en relación a la escritura televisiva sobrepasa la del “capitan de industria” como innovador técnico, la del simple intermediario mercantil o la del capitalista acumulador de medios y racionalizador de la organización de la producción y de la gestión de recursos humanos (Lazzarato, Moulier-Boutang, Negri y Santilli, 1993). La superación de los parámetros tradicionales de la empresa que saca a la luz la escritura de ficción televisiva se sujeta a una tipificación política porque en la fabricación de guiones televisivos la relevancia de la gestión de la comunicación y de las relaciones sustituye tendencialmente a la centralidad que para la figura tradicional del empleador poseía la organización y la gestión directa del proceso de producción: la función patronal gira hacia una cualidad política porque focaliza cada vez más su sentido en el control y el gobierno productivo de los flujos, las relaciones y la comunicación, actividad en la que fundamenta tanto su legitimidad, como el patrimonio formal sobre una función empresarial que presenta tendencialmente un carácter socializado.

El hecho de que la función empresarial posea un carácter socializado y, tal y como hemos argumentado anteriormente, la cooperación productiva preceda a la

función gerencial y el proceso de trabajo se sitúe tendencialmente fuera de la empresa, nos habla de una práctica patronal para la que la gestión y la explotación de externalidades constituye una pieza clave. Tal y como hemos puesto de manifiesto en páginas anteriores, los profesionales del guión de ficción televisiva se relacionan cada vez más con un empleador para el que el trabajo se presenta como una externalidad, al igual que ocurre con el epicentro de la innovación y con el peso fundamental de las inversiones: trabajo, innovación e inversión presentan cada vez más un carácter exterior al empleador en los ciclos de fabricación de guiones de ficción televisiva. Los tres elementos constituyen externalidades positivas, es decir, condiciones externas que nutren y determinan positivamente la dinámica productiva de la empresa y de las que ésta se sirve sin constituir su origen o el motor de su desarrollo.²⁰² En este sentido, el peso de las externalidades en el sentido y desarrollo de la función patronal en relación a la actividad profesional de los escritores de ficción televisiva plantea dos cuestiones significativas para el análisis de los escenarios productivos en los que nos estamos moviendo.

La primera de esas cuestiones conduce directamente al carácter tendencialmente exterior del proceso productivo respecto al empleador. Por un lado, el trabajo del guionista, móvil en el espacio, flexible en el tiempo y autónomo en sus prestaciones, implica la reapropiación del instrumento de trabajo por parte del trabajador, lo que conlleva una *ruptura absoluta con la dialéctica del instrumento* implícita en el despliegue tradicional de la relación entre capital y trabajo (Negri, 2006c): el hecho de que el capitalista ofrecía tradicionalmente al obrero el instrumento de trabajo y entorno a esa instrumentación se construía la relación entre ambos resulta absolutamente ajeno a la modalidad de relación que se establece entre el profesional del guión y la empresa productora de contenidos para televisión. Al mismo tiempo, el carácter exterior del trabajo evacúa la cuestión de su productividad de la acción y el horizonte de problemas del

²⁰² Para una aproximación al concepto de externalidad se puede consultar el inventario: “Externalidades”

empleador. Si bien es cierto que la empresa que contrata los servicios del guionista monitoriza la labor del trabajador focalizando su interés y su intervención en el valor de uso del producto literario que el escritor configura con su labor, es también cierto que ese interés puesto en el resultado del trabajo del guionista, es decir, la atención únicamente por lo “expresado” de la productividad (Zarifian, 2003), supone el abandono por parte del empleador de la gestión del núcleo central de la propia problemática de la productividad, constituido por la relación entre el producto del trabajo del guionista y los recursos que se movilizan en su producción.²⁰³ Al caer esa relación del lado de la responsabilidad del trabajador, la función patronal se desentiende de ella.²⁰⁴

La segunda de las cuestiones importantes que surgen a partir del tendencial carácter exterior del empleador respecto a los procesos de escritura de ficción televisiva gira en torno a un hipotético carácter parasitario de la función patronal:

“Una cosa es cuando entras a trabajar en una serie en marcha y te contrata una productora y ya está. Pero otra muy distinta es cuando tú tienes una idea de serie, de formato o lo que sea, y la desarrollas. Ahí estás jodido sí o sí, porque si no hay una productora que se interese por tu idea te la comes con patatas, pero si hay una productora que le ve color y se la vende a una cadena estás jodido también, porque en general tú vas a acabar siendo el último mono y si la cosa va bien sólo vas a cobrar por tus guiones y punto, mientras ellos se reparten el pastel. (...) Hay de todo y hay productoras muy majas que se

²⁰³ Para no hacer referencia únicamente al producto guión, podemos citar en este sentido el caso de otras actividades laborales del trabajo del guionista, como por ejemplo la creación de proyectos de contenidos seriales de ficción televisiva y, en concreto, la elaboración de los documentos de venta de los mismos que las empresas productoras les compran a los escritores por cuenta propia con la intención de vender el proyecto a las cadenas de televisión. En la mayoría de los casos, sea obra del guionista la idea que orienta la creación del contenido o un hilo argumental ofrecido por la empresa que demanda sus servicios, dicha empresa únicamente interviene en la monitorización de la tarea de creación del documento en lo referente a su contenido y en un *feed back* con el escritor concentrado en la configuración del valor de uso del mismo, es decir, asegurándose según sus criterios de que el contenido del proyecto y del documento de venta va a funcionar de cara a la cadena a la que se lo va a ofrecer. Es una actividad de monitoreo que solamente toma en cuenta el contenido del producto del trabajo, dejando absolutamente de lado las condiciones y los recursos de la producción.

²⁰⁴ Para una aproximación al concepto de productividad se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

lo curran bien y dan el callo, pero muchas veces no puedo evitar verlas como parásitos. A lo mejor no me chupan la sangre, pero es como si me chuparan la energía y las ideas... Qué leches, también me chupan la sangre”
[ENTREVISTA 8]

La percepción que expone este fragmento de entrevista proviene de un trabajador creativo que sujeta su actividad profesional tanto a una relación de servicio con una empresa productora de contenidos para televisión que se desentiende de las condiciones de trabajo y de la organización del proceso productivo, como a una relación contractual con dicha empresa que impone explícitamente la renuncia del trabajador a todo derecho de explotación del producto de su trabajo. En este sentido, no es extraño que ese trabajador proyecte una imagen parasitaria y vampírica de la función patronal.²⁰⁵ Pese a que el empleador posee una evidente naturaleza de coproductor, al intervenir y orientar el contenido y el resultado de la actividad del guionista en la mayoría de los proyectos de ficción televisiva, su imagen parasitaria alude al fondo de las pautas tendenciales de desarrollo de la escritura de guiones y de la elaboración de proyectos: el devenir parasitario de la empresa se deriva de un cuadro productivo en el que el papel del ordenamiento o del mando patronal no es ya el de asignar lugares, funciones y medidas a la vez que se organizan los tiempos y las condiciones de las *performances* de trabajo en un fragmento rígido y concreto del espacio y del tiempo vital del trabajador, sino el de explotar las capacidades del mismo en su inmediatez, unas capacidades que no se derivan ni de la empresa, ni de gestión alguna por parte del empleador de un espacio y un tiempo vital concreto del trabajador, sino que remiten al conjunto de la vida del mismo, así como a agenciamientos, espacios y tiempos sociales ajenos a los de la relación de éste con el empleador.²⁰⁶ Desde este punto de vista, la legitimidad de la percepción de una deriva parasitaria de la función

²⁰⁵ Marx ya definió al capitalista como un vampiro: “Como capitalista, él no es más que el capital personificado. Su alma es el alma del capital. (...) El capital es trabajo muerto que no sabe alimentarse, como los vampiros, más que chupando trabajo vivo, y que vive tanto más cuanto más trabajo vivo chupa” (Marx, 1984).

²⁰⁶ Los elementos que componían la experiencia laboral como fragmento rígido y concreto del espacio y del tiempo vital del operario en el modelo industrial clásico y la dinámica tradicional de organización del trabajo eran la jornada de trabajo (tiempo) y la fábrica (espacio). Ninguno de los elementos resultan verdaderamente operativos en el caso de los escritores de ficción televisiva.

empresarial encuentra su base en una situación patronal de radical exterioridad respecto de aquello que explota (Aspe y Combes, 1996).

Aunque abordaremos más adelante el análisis de la materialidad de la relación de servicio existente entre el escritor audiovisual y la empresa productora de contenidos para televisión, conviene que dejemos claro ahora qué queremos decir cuando definimos esa relación en términos de coproducción, sobre todo para evitar equívocos en torno a la idea del proceso de trabajo como factor externo al empleador. En primer término, la centralidad de la demanda y el carácter activo del cliente en la configuración de las características del producto son elementos implícitos en el propio concepto de relación de servicio en tanto que relación social interactiva en la que el sujeto suministrador del servicio y el cliente configuran conjuntamente el resultado final o producto en el que se materializa la relación (Gadrey, 1994). De esta manera, desde diferentes perspectivas y campos se ha definido de forma recurrente al cliente como coproductor del servicio, puesto que participa en su prescripción y en su fabricación, así como en la co-construcción de la propia relación y en la cualificación y evaluación de la misma según sus resultados (Borzeix, 2000). Incluso desde el campo de la ergonomía se ha apuntado que el suministrador del servicio y el cliente pueden ser concebidos como socios de una situación de trabajo de carácter cooperativo (Falzon y Lapeyrière, 1998).

No obstante, conviene matizar con atención dichos extremos en el caso de los escritores de ficción televisiva, atendiendo fundamentalmente a la tendencia evolutiva de la cualidad y las condiciones de desarrollo de su prestación laboral. En este sentido, la interacción entre trabajador y empleador bascula sobre una racionalidad instrumental que coloca en segundo término otros factores de la relación.²⁰⁷ Desde este punto de vista, podemos decir que la atención del cliente

²⁰⁷ El conjunto de diversos factores que pueden entrar en juego y resultar de una relación de servicio se deducen, por ejemplo, del hecho de que dicha relación implica “intercambios de cortesía y transacciones afectivas que comportan rodeos ‘improductivos’ desde el punto de vista de la racionalidad económica” (Gadrey, 1994).

se centra en el ejercicio de una eficiencia instrumental que reduce su interés y su participación únicamente al resultado o producto de dicha relación. Si en la constitución de una relación laboral tradicional entre trabajador y empleador la empresa es un agente activo en la determinación de las condiciones, la infraestructura y la organización del proceso de trabajo, en la relación de servicio entre guionista y empresa productora dichos elementos poseen un carácter externo a la misma y resultan ajenos a la actividad del empleador. Desde este punto de vista, nuestro uso de la definición del empleador como coproductor matiza y localiza su alcance, subraya la naturaleza instrumental que la relación posee para el mismo y escapa absolutamente a la caracterización ergonómica de la misma como relación cooperativa: la relación entre el escritor audiovisual y la empresa que contrata sus servicios se funda sobre una asimetría y un carácter vertical que configuran la relación de servicio como una auténtica relación de poder.²⁰⁸

En ese contexto, la definición de la función patronal como exterioridad respecto a las condiciones y a la organización del proceso de trabajo, así como la hipotética percepción del empleador como agente parasitario que el trabajador puede derivar de ella, se relacionan con una conversión de la prestación laboral en servicio. Una realidad relacional en la que la interacción entre trabajador y empresario bascula únicamente en torno al producto, prescindiendo de cualquier compromiso del empresario con la organización y la gestión del proceso productivo, así como con las condiciones del mismo. En este sentido, si el valor de un servicio puede ser visto tanto a partir de sus *efectos* como de los *recursos* movilizados para su producción (Zarifian, 2000), la mirada de la empresa en su relación con la escritura televisiva tiende a fijarse cada vez más únicamente en los primeros, desentendiéndose de los segundos.²⁰⁹ Tal y como apunta Zarifian,

²⁰⁸ Para una aproximación a las relaciones de servicio como relaciones de poder se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

²⁰⁹ Zarifian propone una definición del servicio y de su valor que se diferencia de las nociones dominantes del valor económico. En este sentido, señala la pertinencia de una doble aproximación al valor del servicio: “Por un lado, una aproximación al valor del servicio a partir de los efectos: el servicio es una transformación en las condiciones de actividad del destinatario,

esta centralidad de los efectos en la mirada de la empresa se deriva directamente de la propia naturaleza y lógica del servicio: la definición por los efectos gobierna siempre la definición por los recursos, o lo que es lo mismo, es a partir de los efectos contruídos y esperados que la eficiencia en el uso de los recursos toma sentido. De esta manera, en la propia noción de servicio aparece implícito el dominio de los resultados frente a las condiciones de producción de los mismos. La aplicación de dicha lógica al campo de las relaciones laborales presenta un carácter necesariamente problemático para el trabajador y abiertamente provechoso para el empleador: se evacúa de la configuración de las relaciones de producción tanto las circunstancias del trabajo como las del trabajador, condenándose a un ámbito netamente periférico las condiciones de reproducción del mismo.

Por otro lado, y a pesar de la relevancia de las propiedades de la relación de servicio y de la cualidad del empleador que acabamos de desgranar, las consecuencias que se derivan de las mutaciones que afectan a la función patronal no son las únicas determinaciones que constituyen la naturaleza y el ecosistema de los escritores de ficción televisiva en nuestros días. Como hemos señalado al inicio de este apartado, la cualidad empresarial que distingue algunos de los trazos de la figura profesional del guionista implica desequilibrios en las dinámicas clásicas de construcción de la relación entre trabajadores y empleadores. Dichos desequilibrios nos llevan a plantear la hipótesis de la existencia de modificaciones tanto en la cualidad y el sentido de ambos agentes, como en los imaginarios sociales y las construcciones identitarias ligadas tradicionalmente a ellos. Desde este punto de vista, el hecho de que el trabajador asuma funciones y cualidades empresariales podría tener un efecto reseñable tanto en sus concepciones de sí, como en las dinámicas que tradicionalmente han orientado la subjetivación social del trabajo.

por lo que los efectos son juzgados válidos y positivos por éste y/o por la colectividad. Por otro lado, una aproximación a partir de los recursos: el servicio es una organización y una movilización lo más eficientes posibles de recursos para interpretar, comprender y engendrar dicha transformación” (Zarifian, 2000).

Pese a que en páginas anteriores hemos ya profundizado convenientemente en el análisis del tendencial devenir empresarial del trabajador en los circuitos de fabricación de guiones televisivos, resulta conveniente resaltar algunos de los elementos de dicho devenir que potencialmente pueden incidir en una mutación de las pautas de subjetivación y de concepción de sí de los trabajadores, fundamentalmente de aquellos que operan por cuenta propia. En este sentido, Gillian Ursell (2003) ofrece una caracterización de la naturaleza de la actividad profesional de los trabajadores *freelance* en la actual industria televisiva británica que presenta cierta utilidad explicativa de las pautas profesionales cada vez más adscribibles a los guionistas televisivos en España. Por su parte, Angela McRobbie (2002) propone un análisis de las industrias culturales que plantea claves interesantes a la hora de trazar la composición del trabajo creativo en dichas industrias. Contrastando elementos de ambas propuestas analíticas con nuestra actividad investigadora y nuestra propia experiencia laboral en los ciclos de fabricación de contenidos de ficción televisiva, podemos destacar algunas observaciones en torno a una materialidad del trabajo susceptible de dificultar el reconocimiento del trabajador en los imaginarios y las representaciones tradicionalmente asociadas a la figura obrera. Varios son los puntos significativos en este sentido:

1. Más allá de las constricciones y las imposiciones patronales que determinan su actividad profesional y que, en muchos de los casos, la inscriben en una realidad de parasubordinación, el guionista por cuenta propia es un trabajador que presenta la posibilidad potencial de organizar su propio mercado de trabajo en términos de contratación, referencias, disciplina y relaciones, al mismo tiempo que tiende a desarrollar y definir por sí mismo sus propios recorridos formativos.
2. Como ya hemos resaltado con anterioridad, el escritor de ficción televisiva muestra una tendencia manifiesta hacia la asunción de la

responsabilidad en la organización y gestión de su actividad laboral concreta.

3. El concepto canónico de relación de empleo se presenta para el guionista como una especie en vía de extinción, predominando en su ecosistema laboral una lógica de regulación de la prestación que bascula sobre el concepto de relaciones de servicio.
4. El escritor de ficción televisiva es sujeto de lo que McRobbie denomina “*portfolio careers*”: una realidad profesional marcada por la simultaneidad de diferentes actividades y prestaciones laborales, algunas remuneradas y otras no, así como por la coexistencia de diversos empleadores o clientes. La *portfolio career* constituye para el trabajador una necesidad estratégica con la que trata de compensar y contrarrestar la inseguridad y la contingencia asociadas a sistemas productivos tan flexibles como los característicos de las industrias televisiva y cinematográfica. Dicha estrategia requiere al trabajador el desarrollo de una permanente dinámica de auto-promoción y de trabajo sobre sí mismo, así como de una capacidad empresarial y una constante actividad relacional capaz de producir conexiones y hacer contactos de cara a la confección de una reputación que le asegure una mínima estabilidad profesional.²¹⁰
5. Como consecuencia de lo anterior, el éxito profesional como trabajador de la televisión implica para el guionista un proceso de *comodificación* de sí que se extiende más allá de la tradicional cualidad del trabajador como portador de la mercancía fuerza de trabajo. Además de dicha mercancía, el escritor es portador de un capital que implica la comodificación de elementos de su personalidad, su estética, su modo de vida y sus formas de subjetivación: saber venderse significa desarrollar convenientemente

²¹⁰ Para una definición del término inglés “portfolio career” se puede consultar el inventario.

la mercantilización de todos esos aspectos de sí. Desde este prisma, tal y como apunta Ursell (2003), los trabajadores por cuenta propia de la televisión juegan un papel plenamente activo en sus propios procesos de comodificación.²¹¹

6. Para el guionista, como para otros tipos de trabajadores, la motivación para el desempeño de su actividad profesional no se circunscribe únicamente al objetivo de obtención de renta, sino que también implica objetivos existenciales de autoafirmación y realización. Esta condición adquiere mayor relevancia cuando se une al carácter vocacional que en la mayoría de los trabajadores del guión presenta su dedicación a la escritura, así como a la organización por proyectos de su actividad y a su inevitable compromiso subjetivo con el contenido y la suerte de los mismos. La combinación de todos esos elementos incide en la configuración de la dimensión emprendedora del escritor, así como en la puesta en juego de sí y en su implicación creativa en el desarrollo de su actividad profesional.

La transformación en la composición del trabajo que determina el campo fenomenológico descrito en estos seis puntos se intensifica si lo unimos al conjunto de características de la actividad del guionista, así como a las dinámicas de su organización y regulación, que hemos analizado pormenorizadamente en páginas y apartados anteriores. Entre ellas, destaca la cualidad del trabajador como contenedor tanto del capital variable como del capital fijo, es decir, el hecho de que a partir de la naturaleza cognitiva de su actividad laboral se determine que el escritor de ficción televisiva no sólo sea portador de la fuerza de trabajo sino también de un capital del que es, además, dueño. Al mismo tiempo, resulta clave el hecho de que la mutación tendencial de la forma de la remuneración de la que es objeto el guionista erosiona sustancialmente la

²¹¹ Sobre el concepto de “comodificación” se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

hegemonía de la relación salarial en favor de una dinámica de expansión de una racionalidad propia de las relaciones de servicio. Todos estos elementos constituyen las piezas más importantes del mosaico fenomenológico actual de la escritura de ficción televisiva en nuestro país y nos ponen sobre la pista de una modificación considerable de las pautas tradicionales de desarrollo de la relación entre capital y trabajo. Desde este punto de vista, la hipótesis que proponemos es que dicha modificación estaría afectando necesariamente a las concepciones y a las pautas de representación de sí de los trabajadores.

Al igual que sucede con cualquier tipo de relación social, la relación entre empleador y trabajador constituye una confrontación socializante. Como apunta Zarifian (2003), la socialización posee un carácter ambivalente, puesto que produce *pertenencia* a la vez que engendra *separación*, y resulta siempre el efecto productivo de una *confrontación*.²¹² A partir de esta premisa, lo que el devenir empresario del guionista estaría alterando y dificultando es, precisamente, la facultad de distinción y de subjetivación del trabajador en relación a los términos de la separación del trabajo respecto al capital que constituían tradicionalmente la confrontación entre ambos elementos. Por un lado, la condición de capital fijo del trabajador le convierte en contenedor formal de los dos elementos de la relación: el trabajo y el capital. Por otro lado, la desestabilización de los términos canónicos de la relación salarial, es decir, de la forma del intercambio entre capital y trabajo, impone una dinámica de remuneración que contribuye a desplazar las condiciones del antagonismo tradicional fundado en la oposición entre salario y beneficio de la empresa (Negri y Vercellone, 2008). De esta manera, el devenir empresarial del trabajador del guión se relacionaría con una dificultad manifiesta para la traducción de la naturaleza y las condiciones materiales de su actividad profesional a las conceptualizaciones y los lenguajes tradicionales que, además de articular una

²¹² “Las individualidades se producen y se socializan confrontándose a los retos que estructuran su vivir, así como confrontándose a otras individualidades en torno a esos retos. (...) La individualidad social de cada uno de nosotros se produce en esas incesantes y múltiples confrontaciones, a partir de la propensión a la afirmación de nuestra existencia y alrededor de las líneas de tensión en torno a las cuales se estructuran las confrontaciones” (Zarifian, 2003).

concepción del trabajo a partir de una separación radical respecto al capital, fundan en la existencia de dicha separación la base de una relación de antagonismo.

Evidentemente, lo que tratamos de poner de manifiesto con la propuesta analítica que estamos desarrollando no es que haya dejado de existir una disparidad de intereses entre ambos elementos o que su vínculo no constituya ya una relación de explotación. A lo largo de nuestro análisis estamos aportando pruebas manifiestas de la vigencia de la asimetría y de la relación de explotación entre capital y trabajo. Por el contrario, lo que estamos proponiendo es que las mutaciones en la dinámica material de constitución de dicha relación necesariamente están produciendo mutaciones en la manera en la que los trabajadores la perciben, la subjetivan, construyen sus representaciones y se entienden a sí mismos dentro de ella.

Desde este punto de vista, el devenir empresario del trabajador implicaría dos fenómenos vitales que, lejos de circunscribirse únicamente al caso de los escritores de ficción televisiva, tendrían un alto valor explicativo de los límites y las potencias que la composición material del conjunto del trabajo cognitivo encuentra a la hora de construir sus representaciones, así como de articular la cualidad tanto de sus diferencias, como de la confrontación en su relación con las empresas productoras de contenidos televisivos y las cadenas de televisión.

El primero de esos fenómenos tiene un doble alcance: al mismo tiempo que la concepción de sí del guionista se disocia de la imagen del trabajador y traza su analogía con la figura del empresario, el escritor televisivo desarrolla una cierta cualidad esquizofrénica:

“Yo sé que soy un currante porque trabajo para otro que es el que me paga y esas cosas, pero al mismo tiempo yo soy mi propia empresa, no sé si me entiendes... No soy igual que mi padre que ha trabajado toda la vida en Correos. (...) Todos los

meses yo pago autónomos, yo tengo que facturar, hacer mis declaraciones de IVA, pagar la gestoría y etcétera, etcétera. Como una empresa”

[ENTREVISTA 12]

“Ahora, desde que me han obligado a hacerme autónoma, es como si ya no fuera una trabajadora, o sea, es como si fuera una empresa y así es como me tengo que organizar, pero yo sigo siendo la misma y trabajando igual (...) Es raro, como si todo fuera lo mismo pero ya nada fuera igual”

[ENTREVISTA 15]

“Hombre, sí que cambian las cosas. Lo primero que cambia es que tienes que pensar como una empresa, como si fueras un empresario”

[ENTREVISTA 8]

Aunque los tres fragmentos de entrevistas citados ponen de manifiesto los discursos de guionistas que se definen textualmente a través de la categoría de empresa o de empresario, en dos de ellos se hace referencia a una situación ambivalente desde el punto de vista identitario: un trabajador que es al mismo tiempo empresario. En este sentido, resulta interesante observar que si el primer fragmento traza una distancia con las dinámicas tradicionales de concepción del trabajo que se refuerza con la idea de una diferencia generacional (“yo no soy igual que mi padre”), el segundo apunta el carácter problemático de la nueva condición y su interiorización como una anomalía (“es raro”). El punto de coincidencia de ambos fragmentos es la connotación por parte del trabajador de una concepción dual de sí cuyo ensamblaje denota una percepción que encierra una cierta esquizofrenia: un sujeto que aparece netamente escindido en la encarnación de un trabajador que es empresario y de un empresario que es al mismo tiempo trabajador. En palabras de la guionista del segundo testimonio citado: “como si todo fuera lo mismo pero ya nada fuera igual”.

El segundo factor del devenir empresario del escritor de ficción televisiva que influiría decisivamente en la concepción de sí tendría que ver con su distancia respecto a los sindicatos, instituciones tradicionales de organización y de

representación del trabajo vivo:

“¿Sindicato? No sé, nunca he visto uno (risas). No, en serio, en las productoras que he trabajado nunca ha habido sindicatos ni nada de eso, es imposible, al que se le ocurra le echan. Además, no creo que eso me fuera a solucionar los problemas que tengo. A lo mejor son útiles en otras empresas o con otro tipo de trabajadores, seguro que sí, pero creo que con nosotros no funcionan”

[ENTREVISTA 21]

“No, nunca he tenido relación con un sindicato ni nada de eso. No digo yo que a los guionistas no nos haga falta uno, pero con Comisiones Obreras, UGT y eso pues no creo que tengamos mucho que ver. Ahora soy autónomo, por ejemplo, facturo y esas cosas, pero otras veces trabajo por obra, cuando tengo trabajo, claro. Luego está lo de que cobro autores y todo eso... No sé, yo creo que los sindicatos son para otro tipo de trabajadores, no para mí”

[ENTREVISTA 7]

“Cuando trabajaba en Antena 3 si había sindicatos, pero la experiencia no fue buena. Nosotros trabajábamos allí, pero para la productora de El Mundo, y los sindicatos nos hacían la vida imposible, digo yo que por ser de otra empresa y estar quitándoles trabajo a los de allí. (...) Lo que pasa es que yo creo que los sindicatos nunca van a mirar por nuestros intereses, sólo les preocupa la situación de los funcionarios, de los que tiene un trabajo fijo, esas cosas, digo yo”

[ENTREVISTA 10]

“No, no me interesan los sindicatos, siempre hablan de cosas que para mí son de otro planeta, por ejemplo, lo de los convenios o lo del empleo estable. Eso, de otro planeta, vamos... Yo siempre estoy con contratos por obra o teniendo que darme de alta en autónomos, pero porque este trabajo es así y la tele es así, las series empiezan y se acaban y unas veces salen y otras no. (...) Yo no soportaría estar trabajando toda la vida en el mismo sitio, escribiendo la misma serie, imagínate... Antes me pego un tiro. (...) Por eso lo del empleo estable y esas cosas de los sindicatos a mí me chirrían bastante”

[ENTREVISTA 25]

Hemos escogido estos cuatro fragmentos porque representan de manera fidedigna una opinión crítica acerca de los sindicatos que, con excasos matices, presenta un carácter generalizado en el conjunto de las entrevistas a guionistas que hemos realizado en el curso de nuestra investigación. Evidentemente, las organizaciones sindicales parten con un handicap estructural que limita enormemente su implantación en la industria audiovisual de nuestro país: las empresas productoras de contenidos para televisión cuentan con plantillas de trabajadores estables muy cortas, lo que imposibilita legalmente la labor sindical y añade mayor dificultad a una posible presencia de sindicatos ya de por sí condicionada negativamente por el enorme grado de individualización de las relaciones laborales que caracteriza los ciclos de producción audiovisual:

“El problema es que como tal, por la legislación vigente, tenemos las manos atadas. Muchas productoras tienen un número de plantilla inferior a seis trabajadores y no podemos entrar allí. Hay productoras que tienen esos trabajadores en plantilla y luego tiene trescientos contratados por obra”
[ENTREVISTA 26]

El mismo sindicalista de Comisiones Obreras (CC.OO.) que manifiesta su impotencia ante una estructura de las empresas que le impide la realización de su labor sindical, apunta que la escasa implantación de los sindicatos en la fabricación de contenidos audiovisuales responde también a una abierta hostilidad de las empresas en relación a las organizaciones sindicales:

“Es dificilísimo entrar en las productoras, se nos prohíbe la entrada en los centros de trabajo. Sólo intentar hacer llegar una carta a la productora o intentar entrevistarse con la dirección de la empresa digamos que ahora mismo es muy complicado. De tal manera que intentamos entrar de estragis, hablar con los chavales y chavalas a la salida de los platós, de las grabaciones... Fijate que en una de las series que más se ve ahora, la de... Bueno, no sé, no me acuerdo cómo se

llama, a los chavales les hacen contratos semanales, aunque llevan trabajando en la misma serie varios años. Bueno, pues nos fuimos para allá para denunciarlo y repartir unos panfletos y llamaron a la policía, los de seguridad de allí casi nos matan... Vamos, peor que en el franquismo”

[ENTREVISTA 26]

No obstante, y pese a que la política patronal de confrontación con todo tipo de dinámica sindical en el seno de los centros de trabajo del sector evidentemente dificulta la ligazón e identificación de los trabajadores con las organizaciones sindicales, los escritores de ficción televisiva dejan ver una ausencia patente de predisposición al respecto. En este sentido, tal y como se pone de manifiesto en los fragmentos de entrevistas reseñados, una de las razones fundamentales de la desafección de los guionistas hacia los sindicatos es que los consideran propios de un paradigma productivo y de un estrato profesional que no es el suyo. A este respecto es interesante apuntar que a lo largo de todo el encuentro mantenido con el representante del Sindicato de Comunicación de Comisiones Obreras (CC.OO.), se refirió únicamente al personal técnico implicado en los procesos de fabricación de series de televisión como el objeto de su acción sindical y de su interés, dejando completamente de lado a los guionistas y a los trabajadores de corte artístico en general. En este sentido, tanto el discurso del sindicato como el de los guionistas parecen tener en común una misma racionalidad que concibe la figura del escritor de ficción televisiva como disparidad, un sujeto portador de una diferencia en relación a otra cualidad de trabajadores a los que el discurso y la práctica sindical sí hacen suyos. El sindicalista entrevistado no deja dudas al respecto:

“(...) los actores, los directores, los guionistas... Esos son otra cosa. No están dentro del convenio y tienen otras condiciones y otra situación completamente diferente”

[ENTREVISTA 26]

Sin embargo, pese a la racionalidad compartida entre el sindicalista y los guionistas entrevistados, las condiciones de trabajo de los escritores de ficción televisiva poseen un fondo de rasgos y circunstancias comunes al grueso de trabajadores que conforman los equipos de fabricación de las series de ficción televisiva, fundamentalmente en términos de temporalidad en el empleo e intermitencia en la prestación y la remuneración, lo que confiere al trabajo un régimen notable de contingencia y al trabajador un grado reseñable de precariedad. De esta manera, el trabajo artístico del guionista y el trabajo de corte técnico de los equipos de rodaje comparten un tejido común de problemáticas y condiciones de desarrollo. Desde este prisma, el carácter singular del trabajador del guión tiene más que ver con la cualidad de su actividad profesional concreta que con las condiciones y las dinámicas de regulación de la misma. En el fondo de las concepciones que apuntan una divergencia entre ambas esferas del trabajo en la fabricación de contenidos seriales de ficción televisiva descansa una idea mistificada del trabajo artístico que lo concibe como singularidad escindida del resto de las ocupaciones. Lejos de esta idea, y tal y como hemos expuesto ya sobradamente con anterioridad, las pautas de organización y de regulación del trabajo artístico son cada vez más una expresión avanzada de la nueva dinámica general de organización productiva, así como de las relaciones de empleo que se han generalizado en el conjunto de los mercados de trabajo en las dos últimas décadas. Son precisamente algunos de los elementos que caracterizan a las actividades de corte artístico los que revelan las mutaciones más significativas que a nivel general describen la cualidad del trabajo y de los sistemas de empleo en nuestros días: entradas y salidas constantes del mercado de trabajo, aceptada flexibilidad, individualización de la relación laboral, redefinición y fragmentación de las formas de remuneración, crecimiento del trabajo por cuenta propia, etc.

Sin embargo, lo interesante en este sentido no es tanto la inadecuación de la concepción del guionista como figura singular escindida de las cualidades y las condiciones del trabajo en los ciclos de fabricación de ficción televisiva, como la

coincidencia en dicha concepción del sindicalista y de los trabajadores del guión entrevistados. Una postura común que posee un carácter paradójico: establece un campo de coincidencia al mismo tiempo que conlleva un elemento de separación entre ambos agentes. Aparte de la desafección de los guionistas respecto a los sindicatos que expresan los fragmentos de entrevista citados, el elemento de separación se relaciona directamente con los marcos de análisis y de actuación sindical: la centralidad que presenta para los sindicatos la reivindicación de estabilidad en el empleo choca directamente con el deseo y la necesidad de movilidad y de flexibilidad que manifiestan los escritores de ficción televisiva, tal y como pone de manifiesto uno de los fragmentos de entrevista que hemos citado (“yo no soportaría estar trabajando toda la vida en el mismo sitio, escribiendo la misma serie, imagínate... Antes me pego un tiro. (...) Por eso lo del empleo estable y esas cosas de los sindicatos a mí me chirrían bastante”).

Al mismo tiempo, la desafección de los guionistas en relación a los sindicatos tradicionales y el campo conceptual compartido con ellos en torno al supuesto carácter singular del trabajo de guión, hibridan y se ejemplifican en la constitución de los espacios propios de organización de los escritores audiovisuales. Los procesos organizativos de los guionistas, materializados en la configuración de asociaciones profesionales, parten por un lado de la distancia con los sindicatos tradicionales y por otro del convencimiento de que, en cuanto contenedor de particularidades, el trabajador del guión necesita de una organización y una acción sindical igualmente particulares. La asociación ALMA resulta paradigmática en este sentido: su configuración como sindicato parte de la escisión y la diferenciación de la problemática del escritor audiovisual respecto de otras figuras profesionales implicadas en la fabricación de contenidos de cine y de televisión, desplegando una lógica eminentemente corporativa que plantea su intervención en el seno de la industria audiovisual únicamente desde el interés y el reconocimiento de los guionistas.²¹³ El propio estudio de la Fundación Autor y de la asociación ALMA sobre los guionistas españoles al que

²¹³ Sobre ALMA se puede consultar en el inventario la entrada: “Asociaciones de guionistas”.

hemos hecho referencia de manera reiterada define literalmente a ALMA como “organización corporativa de los guionistas”. Su condición corporativa limita su campo de acción y de representación al ámbito de la corporación de guionistas de nuestro país, implicando un sentido sujeto a una racionalidad de corte estructural-funcionalista evidente: su función primordial es la integración y la aceptación de las metas y las expectativas de la función social de los guionistas de manera adecuada, es decir, consiguiendo que “se les reconozca la importancia que merecen en la industria audiovisual”.

Es evidente que la justificación de una lógica sindical de corte corporativo resulta lógica para un colectivo profesional ignorado en la negociación y representación de los marcos normativos que regulan las relaciones laborales en la industria en la que trabajan, incluida su exclusión del convenio colectivo del sector, así como sujeto a un alto grado de invisibilización, de falta de reconocimiento social y de valoración profesional en el sector productivo en el que se ocupa.²¹⁴ No obstante, la lógica corporativa corre el riesgo de relegar a un lugar periférico los rasgos y cualidades comunes que los guionistas comparten con el resto de trabajadores del audiovisual, abandonando al mismo tiempo cualquier intención de construir un común organizativo y sindical con ellos.

²¹⁴ En julio de 2009 ALMA denunció públicamente dicha exclusión: “Comisiones Obreras, UGT y la Federación de Asociaciones de Productores han firmado el Convenio Colectivo del Audiovisual a espaldas del Sindicato ALMA y del Sindicato de Técnicos, TACE. Después de varios años de negociaciones en las que tanto TACE como ALMA estuvieron presentes aportando sus propuestas, los productores y los sindicatos autollamados mayoritarios han decidido firmar ‘su’ convenio sin ni siquiera informarnos. Alma ha enviado una carta de protesta a ambos sindicatos en la que señala que ‘el descubrir que el mito urbano de los sindicatos ‘mayoritarios’ como firmadores profesionales de convenios de espaldas a los trabajadores es una triste realidad, no nos va a detener. Dejaremos claro en todos los foros posibles cómo los supuestos defensores de los trabajadores nos utilizan con fines que desconocemos, porque está claro que defender el derecho de los compañeros del audiovisual no es uno de ellos’. En una carta similar dirigida a FAPAE, nuestro Sindicato advierte que ‘si las películas, las series o los programas de televisión que van a producir los socios de FAPAE están escritas por los miembros de UGT o CCOO, la producción audiovisual nacional será nula, porque no hay entre sus afiliados ni la centésima parte de los guionistas profesionales que pertenecen a ALMA’.” (<http://www.sindicatoalma.es/node/25>).

Esta lógica orgánica se puso especialmente de manifiesto cuando, a raíz de una sonada huelga de guionistas en Estados Unidos entre noviembre de 2007 y febrero de 2008, se abrió un proceso asambleario de corto alcance entre los guionistas madrileños que concluyó con el convencimiento generalizado de la necesidad de contar con una organización sindical particular y autocentrada, capaz de defender los intereses de los escritores de cine y de televisión al margen del resto de trabajadores con los que éstos comparten la fabricación de contenidos audiovisuales. En el seno de dicho proceso de convergencia gremial, ALMA se presentó como esa necesaria organización de corte corporativo, proponiendo la afiliación masiva a su organización como base necesaria para el reconocimiento y la mejora de las condiciones de trabajo de los guionistas en nuestro país. Dicho proceso puntual encontró continuidad en octubre de 2010, cuando la ciudad de Valencia acogió el I Encuentro de Guionistas de España.²¹⁵ Las conclusiones de dicho encuentro, hechas públicas por FAGA y ALMA, resultan interesantes en relación a algunos de nuestros razonamientos en torno a la fricción y asimetría existentes entre la realidad laboral de los escritores audiovisuales de nuestro país y las políticas empresariales en relación a dicha figura profesional. Por un lado, una parte sustancial de los once puntos que componen la declaración de conclusiones está dedicada a la cuestión de los derechos de autor, señalando tanto la conveniencia del actual modelo de articulación de los derechos de autoría en relación a los trabajadores del guión, como la necesidad de defenderlo, algo completamente alejado de la radiografía de la cuestión que ha resultado de nuestro proceso de investigación, tal y como hemos puesto de manifiesto en páginas anteriores.²¹⁶ Por otro lado, las conclusiones del encuentro de guionistas dedican una parte igualmente sustancial a la defensa de las entidades de gestión de derechos de autor como herramientas idóneas para los trabajadores, insinuando un paralelismo entre dichas entidades y

²¹⁵ Sobre los encuentros de guionistas en nuestro país se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

²¹⁶ Entre otras cosas, las conclusiones del encuentro dicen textualmente a este respecto: “Creemos que la Ley de Propiedad Intelectual española es buena y es un modelo a seguir. Es por ello que instamos a las Administraciones y las sociedades de gestión a velar por su preservación frente a posibles regulaciones europeas que con voluntad de armonizar nuestra ley, nos resten derechos adquiridos”.

las organizaciones de corte sindical.²¹⁷ Ambos elementos destacados en las conclusiones del encuentro de escritores audiovisuales difieren notablemente de nuestras conclusiones al respecto, que han señalado los límites de las concepciones convencionales de la autoría en relación a la escritura televisiva, indicando además la existencia de una verdadera usurpación patronal de los derechos patrimoniales de autoría de los guionistas y una vulneración de sus derechos morales de autor por parte de las empresas, al mismo tiempo que hemos apuntado el cuestionamiento de la pertinencia de una entidad de gestión de derechos como la SGAE para la defensa de los intereses de los guionistas, debido a su naturaleza antinómica similar a la de los sindicatos verticales franquistas. Desde este punto de vista, lejos de justificar una aproximación acrítica al problema de los derechos de autor y de las entidades de gestión de los mismos, tal y como hacen las conclusiones del primer encuentro de guionistas españoles, nuestro proceso de investigación ha desvelado precisamente lo contrario: la conveniencia para los trabajadores del guión de realizar una crítica radical de la constitución y la naturaleza actual de ambos elementos.

La divergencia de los análisis y la lógica de las organizaciones de guionistas en relación a algunos de los elementos más significativos de nuestro estudio se relaciona directamente con el carácter complejo de los escenarios laborales de la escritura televisiva actual, marcados por una transformación de la dinámica de relación entre capital y trabajo, así como por mutaciones en la figura de un trabajador sujeto en aspectos cruciales de sí tanto a una racionalidad de corte empresarial, como a una novedosa naturaleza de capital que desborda su condición de mera fuerza de trabajo.²¹⁸ Dicha racionalidad empresarial, entendida como práctica de una suerte de empresariado de sí mismo, emerge a la superficie de los discursos de los guionistas televisivos sobre su primer encuentro

²¹⁷ En relación a este asunto la declaración señala: “Consideramos prioritario que las sociedades de gestión trabajen para mejorar su imagen y la de los autores que representan. (...) Los guionistas debemos concienciarnos de que tanto las sociedades de gestión como las asociaciones y sindicatos están a nuestro servicio (...) es muy importante que tanto la Administración como las sociedades de gestión entiendan que su soporte nos es imprescindible para subsistir”.

²¹⁸ Sobre la racionalidad empresarial del trabajador del guión se puede consultar el inventario: “Empresario de sí”.

celebrado en 2010. En “Bloguionistas”, uno de los blogs españoles de guionistas más conocidos, uno de sus escritores habituales, tras realizar un balance personal muy positivo del encuentro, escribía:

“Confío en que se repita el año próximo, ojalá vuelva a ser en Valencia, y espero verles a todos ustedes allí. Y los que no vayan, que no se quejen luego de lo difícil que es *hacer contactos*”. (El subrayado es nuestro) (<http://alturl.com/zr38s>).

Como apunta McRobbie (2002), el empresariado de sí mismo implica para el trabajador una continua actividad de auto-promoción (“*self-promotion*”) que, haciéndose eco de la constante necesidad de trabajar en uno mismo (“*work on one self*”), se empeña en una constante acción relacional (literalmente, “hacer red” –*networking*–), participando en encuentros con colegas y en foros donde se intercambian ideas y puntos de vista sobre la profesión. Ese “hacer contactos” que expresa el testimonio citado, connota el sentido netamente empresarial y de negocio que para su autor poseía el encuentro de guionistas españoles en la ciudad de Valencia, así como desvela una concepción de la relación consigo mismo y con los demás sujeta a una lógica económica en la que la vida social resulta enteramente productiva y la actividad relacional posee la naturaleza de una auténtica acumulación de capital. Desde este punto de vista, la vida social se convierte en el capital más precioso (Gorz, 2003), en una realidad en la que, como apunta Lévy (2000), “todos estarán constantemente dedicados a hacer *business* en relación a todo (...). No sabremos muy bien cuándo estaremos trabajando y cuándo no. Estaremos constantemente ocupados haciendo cualquier suerte de *business* (...). Incluso los asalariados se convertirán en empresarios individuales que gestionarán sus carreras como si fueran pequeñas empresas (...). La persona se convierte en una empresa”.

Desde este punto de vista, toda pretensión de sujetar la *composición técnica* de los guionistas a una *composición política* definida por una organización y una

práctica sindical de corte tradicional, por muy autocentrada y corporativa que ésta sea, resultará inadecuada para dar cuenta de la complejidad y de las importantes mutaciones laborales que se sintetizan en la figura de los escritores de ficción televisiva.²¹⁹ En relación a este punto, resulta interesante señalar que el carácter extremo de la lógica corporativa y autocentrada que impulsa la constitución y la actividad de las asociaciones profesionales de escritores audiovisuales en España se puso de manifiesto en el encuentro de guionistas de octubre de 2010, donde se evidenció que la lógica particularista de dichas organizaciones se agudiza hasta el punto de diferenciar y jerarquizar incluso entre categorías de escritores, seleccionando y excluyendo a unas de otras: el mundo organizativo de los guionistas se ha constituido sobre la preeminencia del escritor de ficción, ignorando y excluyendo notablemente al escritor de contenidos televisivos de entretenimiento. Las propias conclusiones del encuentro de Valencia hacen referencia a ello: “Nos comprometemos a estudiar la figura de los guionistas de programas de no ficción. Sindicatos y asociaciones de guionistas debemos abrir una reflexión acerca de su situación dentro de la profesión, y en concreto, en relación con los derechos de autor”. En el análisis del encuentro de una de los autores más notables de “Bloguionistas” se ponía de manifiesto igualmente dicha problemática, dejando ver claramente la lógica de diferenciación y exclusión a la que aludimos: “Cabe destacar también la tenacidad con que algunos compañeros se agarraban al micrófono para reivindicar cosas que no venían al caso, como por ejemplo el sempiterno ‘parece que nos hemos olvidado de los guionistas de no-ficción’. Por muy legítimas que puedan ser estas reivindicaciones, pierden seriedad cuando se hacen así, en plan espontáneo que salta al ruedo. El lobbying, como su propio nombre indica, se hace en el lobby. No en la sala de conferencias” (<http://alturl.com/7k63d>).

²¹⁹ Usamos el concepto de política para hacer referencia a un orden de articulación, gestión e intervención en los asuntos comunes de los guionistas de televisión como sujeto colectivo. Para una definición de las categorías de *composición técnica* y *composición política* del trabajo, se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

En cualquier caso, el escritor de contenidos de ficción televisiva serial ejemplifica paradigmáticamente la condición híbrida de un trabajador que es sujeto de una significativa, compleja y ambivalente potencia de emprendizaje. Su naturaleza híbrida, su liminalidad y su carácter intersticial convocan a los guionistas a una resignificación del horizonte de su reconocimiento profesional y de sus derechos en un ejercicio de redefinición de las pautas tradicionales de inserción del trabajador en la relación entre capital y trabajo.²²⁰

²²⁰ Sobre el concepto de *liminalidad* se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

3.2. La paradoja de la escritura televisiva: centralidad productiva del trabajo de guión, invisibilidad de los guionistas y debilidad de la identidad profesional

La naturalidad de su estatus inferior –la naturalidad con que la gente, las instituciones, las normas cotidianas de etiqueta de la metrópolis, los argumentos y las frases hechas, le decretan su inferioridad- nunca sería tan completa e inequívoca si su función y el consecuente estatus inferior fueran nuevos. Él ha estado aquí desde el principio.

John Berger, *Un séptimo hombre*

Los hombres destruidos (destruidos sin destrucción) son como sin apariencia, invisibles incluso cuando se les ve, y si hablan, es a través de la voz de otros, una voz siempre otra que de algún modo les acusa, los compromete, obligándoles siempre a responder de una desgracia silenciosa que portan sin consciencia.

Maurice Blanchot, *La escritura del desastre*

Aunque los guionistas implicados en la fabricación de las ficciones televisivas funcionan como una variable invisible para los telespectadores, los medios de comunicación o las estrategias publicitarias de las cadenas, constituyen una figura clave que habita en el centro mismo del ciclo productivo de los relatos serializados de televisión. Pese a ello, la configuración de los imaginarios asociados a las series televisivas en España y el marketing que los produce y los estira para crear y fidelizar audiencias, suele bascular sobre otros elementos como la popularidad de los actores y las actrices protagonistas, así como sobre la dimensión de la producción cuando se trata de un producto con un alto presupuesto.²²¹ De esta manera, los guionistas que escriben las series de televisión habitan una zona de sombra que cubre con su halo los procesos productivos de los que son parte relevante: como ocurre con el conjunto de las

²²¹ Conviene subrayar que nos referimos al caso español. La industria televisiva estadounidense opera de manera muy diferente: los guionistas constituyen una parte central del valor simbólico de las series de televisión y suelen jugar un papel relevante en las estrategias de marketing de las cadenas. Guionistas como David Simon o David Chase, creadores y escritores de series de culto como *The Wire* o *The Sopranos*, son conocidos por el gran público y utilizados por las cadenas como referencias promocionales que confieren legitimidad y solvencia artística a sus productos. Operan, por decirlo con un lenguaje propio del marketing, como imagen de marca. Para un análisis del caso de los actores y las actrices de las series de ficción televisiva, se puede consultar el inventario: “Actores, actrices, estrellas”.

mercancías que llenan los supermercados o las *websites* de venta electrónica, los productos de ficción televisiva parecen tener una voluntad independiente a sus productores (Marx, 1984), como si brotaran directamente de la pantalla cuando encendemos nuestros receptores de televisión, hacemos *zapping* con nuestro mando a distancia, nos proveemos de algún contenido en alguna red de descarga en Internet o seguimos nuestra serie favorita en nuestro teléfono móvil.

En este sentido, se observa una simetría notable entre la condición de los escritores de ficción televisiva y el fenómeno del fetichismo de la mercancía. En la definición de dicho fenómeno, Marx (1984) apunta en relación a la mercancía que “considerada como valor de uso (...) no encierra nada de misterioso, dando lo mismo que la contemplemos desde el punto de vista de un objeto apto para satisfacer necesidades del hombre o que enfoquemos esta propiedad suya como producto del trabajo humano”. El carácter invisible de los guionistas y su trabajo, en el marco de opacidad que caracteriza los procesos productivos de las series de televisión, hace que el fenómeno del fetichismo recubra las ficciones televisivas hasta el punto de ocultar el propio valor de uso de los escritores de televisión. “El carácter misterioso de la forma mercancía estriba (...) en que proyecta ante los hombres el carácter social del trabajo de éstos como si fuese un carácter material de los propios productos de su trabajo” (Marx, 1984), hasta el punto de que en el caso de las mercancías de ficción televisiva se llega a borrar por completo la existencia de sus trabajadores más significativos: los escritores de las historias que constituyen su contenido fundamental.

Sin embargo, lejos de limitarse a generar en los públicos la ilusión de un producto sin fabricantes ni proceso de fabricación, la invisibilización de los guionistas empleados en los ciclos de fabricación de las series de televisión posee una incidencia directa sobre éstos, generando consecuencias materiales y anímicas que influyen de manera determinante tanto en sus condiciones de trabajo, como en las formas de subjetivación y los malestares que atesoran como profesionales de la escritura televisiva.

La primera de esas consecuencias materiales tiene que ver con las remuneraciones, puesto que la invisibilidad se conecta con un desequilibrio en las retribuciones que hace que los guionistas estén sujetos a una desigualdad notable en relación a otras figuras profesionales como los actores y las actrices, los directores o los productores ejecutivos de las series de televisión, lo que origina una constante tensión latente. Conviene señalar que existe una opacidad absoluta en lo referente a las partidas presupuestarias de las series de televisión en España, lo que genera que las informaciones sobre los costes de producción sean a menudo discrepantes. Sin embargo, la opacidad del sector no es la única razón. La ausencia de información se debe también a la peculiaridad del sistema español de producción. Muchas producciones tienen financiación mixta, aportada por las cadenas y las productoras. En muchas ocasiones es difícil valorar económicamente la aportación de la cadena en infraestructuras técnicas (platós, equipos, etc.) (GECA, 2005). No obstante, podemos apuntar algunos datos sobre la distribución del presupuesto referentes a 1998, útiles para hacernos una idea del desequilibrio evidente en la remuneración de los trabajadores, sobre todo en lo que tiene que ver con los actores y los guionistas. En ese año se consideraba que el 30% del presupuesto de un capítulo de una serie de ficción televisiva iba destinado a pagar a los actores y las actrices, el 20% se empleaba en el apartado técnico (estudios, cámaras, etc.) y el 50% restante se repartía entre los directores, los guionistas, los músicos, los restantes trabajadores, los decorados y el vestuario (De la Calle, 1998). El caché de los actores y las actrices era señalado como el capítulo más importante de los costes de producción de una serie. El actor Arturo Fernández, por ejemplo, se embolsaba él solo 7 millones de pesetas por cada episodio de la serie “La casa de los líos” (Antena 3), remuneración que significaba el 15,5% del presupuesto de producción de cada capítulo, calculado en 45 millones de pesetas (Ibidem). El anuario de GECA del año 2005 se hacía eco de una información aparecida en el diario *El País* (11/10/98) según la cual el sueldo de un guionista contratado por una productora se situaba en 1998 en torno a las 300.000 pesetas mensuales, mientras que el guionista *freelance* solía cobrar

por un guión de 60 minutos entre 500.000 y un millón y medio de pesetas. Esa misma información señalaba que en la misma fecha los sueldos de los actores y las actrices protagonistas de una serie televisiva oscilaban entre los 3 y los 12 millones de pesetas por episodio. El desequilibrio en la remuneración es más que notable. No obstante, conviene señalar que los desequilibrios en la remuneración también son notables dentro del propio colectivo de actores y actrices. En 2007 se estimaba que el pago por capítulo rodado de una serie de ficción televisiva iba desde los 60.000 a 72.000 euros que cobraba un actor o una actriz protagonista de renombre, a los 15.000 que cobraba por episodio un actor o una actriz media (Fernández, 2007). Ese mismo año se seguía considerando que los emolumentos de los actores y las actrices absorbían el 30% del presupuesto total de una serie de televisión (Ibidem).

En relación a los datos que acabamos de apuntar, resulta interesante el estado de ánimo entre los guionistas en relación a su remuneración reflejado por el estudio de la Fundación Autor y la asociación ALMA al que venimos haciendo referencia de manera continuada. Según dicho estudio, un 79,5% de los escritores encuestados consideraba que estaban peor pagados que otros profesionales de cualificación semejante. Al mismo tiempo, un 72,1% de ellos entendía que la aportación de los guiones que escriben a los productos audiovisuales en cuya fabricación participan se refleja de manera deficiente en la valoración del resultado final, señalando que el motivo principal de ello es la falta de valoración del resultado de su trabajo en términos absolutos, siendo la consecuencia inmediata el menor reconocimiento económico en comparación con los realizadores, directores, productores y otros agentes del proceso productivo.

En la misma línea, la interiorización de su carácter invisible provoca en el escritor de ficción televisiva una insatisfacción manifiesta en relación a la valoración de su actividad profesional: un 85,9% de los guionistas consultados en el estudio de referencia afirmaba estar poco o nada satisfecho con la valoración del resultado de su trabajo, mientras que un 79,9% de ellos declaraba que la

imagen que la sociedad tiene de los profesionales de la escritura audiovisual les resulta escasamente satisfactoria. Al ser cuestionados sobre los aspectos más negativos de su profesión, un 27,4% de los escritores señalaba como el principal problema en el desarrollo de su actividad la falta de reconocimiento de su trabajo. Al mismo tiempo, un 51,4% apuntaba como su principal malestar el hecho de que no se valora adecuadamente el resultado de su labor.

El consenso generalizado entre los escritores audiovisuales en torno a la carencia de un adecuado reconocimiento profesional y social tiene un doble efecto anímico sobre ellos. En primera instancia opera como una fuente constante de malestares que contribuye a producir un cierto fenómeno de extrañamiento y una distancia del trabajador en relación al objeto de su trabajo:

“Es como si uno se preguntara todo el rato para qué le echa tantas horas o se pringa tanto con un guión, si luego eres la última mierda y nadie va a tomar en consideración lo que tú piensas ni te van a reconocer lo que haces. No sé... A veces se hace durillo, la verdad. Pero bueno, como en cualquier trabajo, digo yo”.

[Entrevista 19]

“No existes, bueno, no existimos ninguno... El coordinador va allí, hacen como que le escuchan, pero luego hacen lo que les da la gana. Es como si fuéramos el último mono. Por eso al final te da igual todo. Escribes lo que te toca escribir y punto, no te comes la olla. (...) Al final ni te va ni te viene lo que escribes”.

[Entrevista 9]

“Al principio sí que me jodía y todo eso, pero ahora ya no. Paso de todo. Sé que no pintamos una mierda y que eso no va a cambiar por mucho que hagamos. Yo qué sé... A los guionistas siempre nos toman por el pito del sereno, así que yo no me complico, escribo lo que me dicen y hago lo que haya que hacer sin más y ya está”.

[Entrevista 13]

“(...) Porque al principio te ilusionas y estás supermotivada, pero luego... Es muy frustrante. Es como si no existiéramos, nadie nos va a preguntar nunca nada ni se va a preocupar

por nosotros. Sólo existen los actores, el director, la producción ejecutiva... Hasta los de edición. Pero, ¿nosotros? Qué va”.
[Entrevista 21]

En segunda instancia, la invisibilidad social de los guionistas y la falta de reconocimiento que perciben dentro de los procesos productivos que habitan no solamente ponen al descubierto las relaciones de poder que subyacen en la cadena de fabricación de los contenidos de ficción televisiva, sino que en algunas ocasiones se convierten en un dispositivo informal de articulación de una identidad grupal que genera cohesión profesional.²²² En el equipo de guionistas de la serie *Hospital Central*, por ejemplo, los miembros se calificaban así mismos como “mindundis”²²³, apelativo que les servía para diferenciarse de los cuadros directivos y de otros agentes productivos implicados en la fabricación de la serie que escribían, así como para conformar una cohesión grupal que además de basarse en el reconocimiento explícito de un malestar común, servía para revertir ese malestar convirtiéndolo en un elemento motivador y de supervivencia profesional colectiva.²²⁴

Ese tipo de prácticas discursiva en el interior del colectivo de guionistas pone al descubierto dos fenómenos interesantes. En primer lugar, observamos cómo la

²²² Empleamos la noción de “identidad” a partir del carácter dual que generalmente está implícito en sus usos: “De identidad se habla (dejando aparte su acepción lógico-filosófica, que nos llevaría demasiado lejos) a propósito 1) del autorreconocimiento de los grupos sociales según representaciones compartidas en su interior, así como en relación 2) a la atribución y autoatribución en la comunicación de características personales o de rol” (Genovese, 2001).

²²³ Pese a que la palabra “mindundi” no figura en el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, es una expresión coloquial muy usada en algunas zonas de España. Según el diccionario en línea “Clave” (<http://clave.librosvivos.net/>) el vocablo “mindundi” hace referencia a una persona simple o insignificante. La Real Academia define “insignificante” como “baladí, pequeño, despreciable” (Real Academia de la Lengua, 2001). El diccionario en línea WordReference (<http://www.wordreference.com/sinonimos/insignificante>) nombra como sinónimos de la palabra “insignificante” las expresiones: baladí, despreciable, fútil, desestimable, desdeñable, exiguo, humilde, ínfimo, mediocre, menudo, modesto, reducido, insustancial, ridículo, inapreciable, chico, mínimo, pequeño.

²²⁴ En este sentido, es interesante observar cómo en el equipo de guionistas de la serie *Hospital Central* se solía hacer mención continuamente a un sentimiento colectivo que era calificado como “orgullo mindundi”, una especie de fuerza que nacía precisamente de una acción paradójica de resignificación que convertía la debilidad de su posición profesional en una fortaleza grupal y en una herramienta de cohesión interna.

invisibilización, tanto de los escritores de ficción televisiva como de su actividad laboral, genera la producción y circulación de un orden discursivo oculto:

“Bueno, nosotros tampoco somos unos santos, tenemos nuestra forma de... De estar juntos y defendernos. No se trata de ir por ahí tocando las narices o de prender fuego a la productora, aunque ganas no nos faltan (risas). No, es más un rollo nuestro y entre nosotros... Yo qué sé... Reírnos de ellos, tener nuestras claves, nuestras coñas, los motes que les ponemos... Como un mundo paralelo, vamos”.

[Entrevista 9]

La producción y circulación de discursos ocultos requiere de un espacio social con una relativa cohesión y una uniformidad capaz de articular un lenguaje común y una distancia de seguridad con respecto al exterior (Scott, 1990). Pese a que las características de los guionistas de ficción televisiva y de su hábitat profesional no favorecen la cohesión grupal, por la intensa individualización que determina sus relaciones laborales y la cierta matriz egocéntrica que tradicionalmente se ha asociado con la actividad creativa y artística, la invisibilización vehicula un espacio común a través de una falta de reconocimiento profesional, así como un relativo aislamiento susceptible de ser convertido por los escritores de las series de televisión en un elemento de densidad grupal y de identificación. En este sentido, el contexto del que emanan sus discursos ocultos se asemeja al mecanismo que da lugar al surgimiento de un dialecto: el aislamiento de un grupo de hablantes genera una intensidad en la interacción endógena y una ausencia notable de relaciones con el exterior (Alvar, 2006)²²⁵:

²²⁵ La ausencia de roce con el afuera del grupo propicia que su habla no sólo se vaya singularizando y distinguiendo, sino que resulte incomprensible para aquellos que no forman parte del grupo. James C. Scott establece un paralelismo interesante con la botánica: “El proceso es semejante al de la especificación en plantas que, si se aíslan suficientemente del tronco genético de la especie, comenzarán a diferenciarse hasta el punto de que los cambios impedirán el cruce y se crearán nuevas especies. Por lo tanto, al relativo aislamiento de las flores silvestres, digamos, comparadas con los pájaros, se debe la mayor especificación local de las flores silvestres” (Scott, 1990).

“Hombre, nadie da la cara, porque te la parten. Es más sibilino... Eh... como un idioma que tenemos entre los guionistas y que no entendemos nada más que nosotros, eso sí, con una mala leche de cuidado, porque llega un momento en que ya no puedes más y por lo menos ahí pues te sientes como si estuvieras con los tuyos y te puedes echar unas risas, porque sino estarías todo el día llorando por las esquinas y te volverías loco”.

[Entrevista 23]

No deja de ser interesante que en muchas ocasiones el aislamiento de los grupos de guionistas y de los diferentes segmentos productivos resulta una técnica patronal de gobierno del ciclo de fabricación de los productos de ficción televisiva. Sin embargo, lo que nos interesa resaltar más es el efecto de la invisibilización de los escritores de televisión en la constitución de su propia identidad profesional, apuntando dos elementos que nos parecen muy significativos al respecto:

1. *El guionista de ficción televisiva es protagonista de procesos de identización que encuentran en la experiencia del malestar uno de sus motores fundamentales.* La ausencia de una valoración social y profesional acorde con la importancia de su papel dentro de los procesos productivos en los que participa, en contraste con la relevancia social de la que goza el producto de su trabajo, genera un malestar común en el colectivo de guionistas que influye de manera determinante en la configuración de su identidad profesional. Este malestar fruto del efecto de invisibilización que recubre a los guionistas y su actividad profesional, se subraya en el caso de los escritores de contenidos para televisión por el hecho de que tradicionalmente el campo televisivo ha ostentado un notable déficit de legitimidad artística en comparación con el medio cinematográfico (Chambat y Ehrengberg, 1988). La falta de reconocimiento profesional y la inexistencia de visibilidad social provocan en el guionista de televisión un doble efecto paradójico: por un lado, potencian la cohesión grupal y originan un ejercicio de

articulación identitaria; por otro lado, generan una inclinación permanente hacia la huida de esa identidad a través del trasvase de su actividad profesional a otros terrenos creativos:

“Espero no estar aquí toda la vida, porque no me llena. Mi idea es hacer cine en cuanto pueda. Ya he rodado un par de cortos. Los he hecho en digital y eso... Pero uno de ellos ha ido muy bien en algunos festivales y quién sabe. (...) La verdad es que cada vez me agobio más en la tele y... No sé, me frustra mogollón. Hay mucha mediocridad y cada vez lo llevo peor”

[Entrevista 20]

“La tele es la tele y lo va a ser siempre. Es algo que no se ve bien... Si te fijas, en los periódicos y eso, el cine está en la sección de cultura, pero la tele es entretenimiento, otra cosa que está por debajo. A mí eso me da igual normalmente, pero hay veces que me quema mogollón. En el cine eso no pasa, es otro rollo. Bueno, es el séptimo arte, ¿no?... La tele ni es arte ni es nada, sólo pan y circo (risas). (...) Por eso, no creo que vaya a durar mucho aquí”

[Entrevista 10]

El mismo fenómeno que posibilita el reconocimiento de un común gremial y de una cultura convivencial compartida entre los guionistas de televisión, abre la puerta a la descomposición de los trazos identitarios fruto del deseo de fuga hacia otros campos de actividad profesional con un mayor reconocimiento social, fundamentalmente el cine. No obstante esta inclinación de los escritores que desarrollan su labor en el medio televisivo, la situación de los guionistas empleados en las factorías del séptimo arte no suele ser más favorable que la de aquellos que trabajan en televisión. La socióloga francesa Dominique Pasquier (1995) apunta que en el medio cinematográfico es común la estratificación del trabajo de elaboración de los guiones, dando lugar a la combinación de diversos trabajadores que se van distribuyendo por diferentes fases de escritura. A este respecto resulta interesante apuntar cómo la asociación ALMA

reconoce la existencia de una trama de tareas diferenciadas en la elaboración de un guión cinematográfico, desgajando la secuencia productiva en diferentes actividades que se corresponden con distintos grados de remuneración: escaleta, argumento, tratamiento, secuenciación y diálogos (ALMA, 2010). De esta manera, el guionista no tiene el control de la versión final del guión ni garantías sobre la integridad del texto que él ha escrito. El papel preponderante del productor y el director relega al guionista a un segundo lugar, excluyéndole en numerosas ocasiones de la toma de decisiones sobre la suerte del contenido de su propio trabajo. Christian Salé publicó un interesante estudio sobre los escritores de cine en Francia a principios de los años ochenta en el que los guionistas explicitaban su notable malestar por la invisibilización de la que eran objeto y la falta de participación en una toma de decisiones sobre su propio trabajo dominada por los directores y los productores (Salé, 1981). En este sentido, resulta curiosa la observación que hace el guionista y dramaturgo Francis Weber en el libro de Salé: “un autor que entrega su guión a un director en escena es un hombre que acaricia a una mujer que luego hace el amor con otro”. El director y guionista español Manuel Gutiérrez Aragón apunta igualmente la idea, insistiendo en el velo que cubre al guión y al guionista en el proceso de rodaje de la película, fuente importante de malestares para el escritor: “El guión, la historia, es la semilla de una película. Pero tiene que esfumarse cuando la historia ya es película, cuando pasa de lo virtual a lo real. El guión se borra cuando queda filmado. Eso lo sabemos muy bien los guionistas, y por eso nuestras relaciones con el director –el *killer*, el liquidador- no son a veces muy buenas. He aquí el comienzo de los disgustos, desazones y desencuentros del guionista con el mundo –o sea, el resto de la gente que va a hacer realidad ‘su’ historia” (Gutiérrez Aragón, 2004). Tal y como señala Pasquier (1995), si no hay razones objetivas para pasar de la escritura de un guión de ficción televisiva al de un

largometraje cinematográfico, lo que encontramos es una verdadera lógica cultural detrás del deseo de muchos guionistas televisivos de dar el salto al séptimo arte. Dejar la televisión por el cine es dejar un medio que es menospreciado, por otro que tiene la etiqueta de artístico y ofrece prestigio social. El cine no es solamente una de las industrias culturales, es además un arte que posee su historia, sus escuelas artísticas, sus instancias de consagración, sus discursos de erudición. En definitiva, que está constituido como una esfera artística autónoma.

Pese a la situación que acabamos de describir, según los datos que aporta la investigación de la Fundación Autor y ALMA, un 41,2% de los escritores empleados en la elaboración de guiones de ficción televisiva tiene la intención de dirigir algún largometraje de cine en el futuro, mientras que un 15,3% ya lo ha hecho. Amén de esta inclinación hacia la práctica cinematográfica, el carácter polivalente y la marcada pluriactividad de los guionistas, destacada anteriormente cuando hemos dado cuenta de sus recorridos formativos y de sus aprendizajes, provoca una disgregación de la experiencia identitaria que descompone cualquier intento de articulación estable y unívoca de la identidad en una proliferación de identidades múltiples, no como síndrome psiquiátrico, sino como una verdadera y compleja dimensión sociológica. En este sentido, y como ya hemos puesto de manifiesto al analizar el devenir empresarial y los procesos de capitalización de sí que caracterizan a los escritores audiovisuales, la combinación de experiencias, actividades e inquietudes profesionales hace de la hibridación la clave de una constitución profesional de sí que frecuentemente presenta en el escritor audiovisual una naturaleza múltiple.

Esa cualidad múltiple del escritor de ficción televisiva añade un grado más a la ruptura de algunos de las dinámicas fundamentales del trabajo cognitivo con los parámetros tradicionales de la sociedad industrial.

Marcuse (1993) propuso hace unas décadas observar la sociedad industrial a partir de una óptica unidimensional: el desarrollo capitalista había conducido a la configuración de un orden social cerrado, en el que sus habitantes eran objeto de una existencia no sólo abocada a la reproducción acrítica de lo existente, sino carente de cualquier posibilidad para la práctica de alternativas vitales, en un contexto en el que *“el aparato productivo tiende a hacerse totalitario en el grado en que determina, no sólo las ocupaciones, aptitudes y actitudes socialmente necesarias, sino también las necesidades y aspiraciones individuales”*. En definitiva, una sociedad unidimensional poblada por individuos unidimensionales carentes de cualquier capacidad de crítica y de cambio e incapaces de encontrar contradicción alguna entre lo ideal y lo real, entre el ser y el deber ser. La naturaleza múltiple de los universos de actividad de los escritores audiovisuales y la pluridimensionalidad de sus quehaceres y sus proyecciones profesionales, así como las líneas de fuga que implican las aperturas continuas hacia otros campos y otras lógicas de actividad y de cooperación profesional más allá del empleo, la industria y la lógica mercantil, abren la posibilidad de la crítica a la óptica unidimensional propuesta por Marcuse.

2. Los procesos de identización profesional de los guionistas suelen tener un carácter reactivo y construirse por oposición con otros cuadros con los que comparte el proceso de fabricación del producto serial de ficción televisiva. El enfrentamiento, real o simbólico, con aquellas figuras que según el guionista menosprecian su labor (productores ejecutivos), alteran el contenido de sus textos en la traducción audiovisual de sus guiones (directores) y acaparan la visibilidad y el reconocimiento social (actores y actrices), amén de ser sujetos de una remuneración considerablemente superior a la suya, son el motor de una articulación identitaria que encuentra en la distancia y la dialéctica con

el otro el elemento que vertebra la distinción grupal y otorga sentido colectivo:

Qué va, yo no veo los capítulos que escribo. Si los veo me pongo enferma... Entre los de producción, la cadena y, sobre todo, el director de turno, te cambian todos los diálogos y no tiene nada que ver con lo que tú has hecho. Es duro y me da mucha pena, porque no se respeta tu trabajo y, oye, le has echado muchas ganas y muchas horas. (...) Nos pasa a todos.

[Entrevista 15]

Yo prefiero no relacionarme con ellos, porque si no los asesinaría. Por suerte a los actores ni les tenemos que ver el pelo y a los directores, hombre, de vez en cuando por alguna chorrada de guión, pero muy poco, y con la productora ejecutiva hay sus más y sus menos, pero hay buen rollo, nos entendemos y eso, aunque luego te pegue la puñalada con los de la cadena y se baje los pantalones y haya que reescribirlo todo. Yo estoy bien con los demás guionistas, el resto ni me va ni me viene.

[Entrevista 23]

En la naturaleza reactiva de la identidad profesional del guionista implicado en los circuitos de fabricación de ficción televisiva reside quizá gran parte de la debilidad de sus articulaciones identitarias como profesional de la escritura audiovisual. Los escritores de ficción televisiva articulan su subjetividad grupal a partir de un efecto retroactivo que tiene su punto de fuerza no tanto en ellos mismos, como en otras figuras que componen los ciclos y los espacios productivos que habitan. La reacción opositiva o de escisión en relación a los otros, fundamentalmente la triada actores-directores-productores ejecutivos, es la base de procesos de identización profesional de carácter barrado. Lacan (1966) habla de “sujeto barrado” para designar una subjetividad definida en su intencionalidad por la sanción del otro. Se trata de un sujeto que aparece siempre formulado por un efecto retroactivo: “El sujeto es sólo un sujeto en virtud de esta sujeción al campo del otro”

(Lacan, 1988). El término francés “sujet” significa tanto “sujeto”, como “súbdito”, alguien sujeto al poder del otro. Es una polisemia con la que Lacan juega permanentemente. Evidentemente, la concepción lacaniana del sujeto posee una complejidad ajena e inabarcable para nosotros en el seno de nuestra investigación. Únicamente citamos el concepto de “sujeto barrado” desde un punto de vista superficial y meramente táctico: nos resulta puntualmente útil para connotar la debilidad de las dinámicas de identización propias de los guionistas de televisión: la sanción del otro es el elemento más relevante tanto en la determinación del ejercicio de la intencionalidad colectiva, como en la constitución del sentido grupal e identitario de los guionistas.

Es interesante observar que tanto el deseo de fuga hacia otros órdenes de la actividad artística y profesional, como la debilidad de unos procesos de identización que basculan sobre una lógica esencialmente reactiva, nos ofrecen pistas sobre el inconsciente colectivo de los guionistas de ficción televisiva como grupo profesional. Desde este punto de vista, la frecuente inquietud por abandonar la condición de guionista televisivo, en numerosos casos para alcanzar las cotas de la escritura cinematográfica pero no solamente para ello²²⁶, indica un cierto *devenir esquizofrénico* que necesariamente genera sujetos profesionales marcados por una experiencia de división y escisión: divididos entre su condición real de escritores televisivos y un deseo generalizado de dejar de serlo, y, por lo tanto, escindidos de alguna manera de su actividad laboral, lo que opera como fuente de frustración y extrañamiento. Una experiencia de escisión que se yuxtapone al carácter híbrido del guionista como trabajador-empresario de sí que hemos analizado en profundidad en páginas anteriores, subrayando la condición

²²⁶ El deseo de fuga no solamente se vuelve sobre los territorios cinematográficos. Hay, en general, un malestar que genera un deseo relativamente extendido de abandonar el universo del guión televisivo para alcanzar otros ámbitos profesionales o realizar otras inquietudes personales y existenciales: “Puf... Yo qué sé. Hay días en que pienso que estaría mejor viviendo en el campo y cuidando de mis gallinitas (risas)... No, en serio, no te creas que no lo pienso. De hecho, es algo a lo que le estoy dando vueltas con dos amigas. Cada vez lo vemos más claro (risas)...Vamos a montar una casa de reposo en Altea y a ser felices. (...) Adiós a la puñetera tele” [ENTREVISTA 25].

esquizofrénica de su figura profesional y componiendo un cuadro que se completa, por otro lado, con una suerte de *devenir paranoico* que se deriva de proyectar sistemáticamente en otros el peso de la constitución de su identidad profesional, convirtiendo en numerosas ocasiones a esos otros en la fuente tanto de sus malestares y sus angustias, como de los problemas que afectan tanto al proceso productivo, como a los propios productos que los guionistas fabrican.²²⁷

En esa pinza esquizo-paranoide se juega la suerte de un grupo profesional que encuentra precisamente en el terreno resbaladizo de su inconsciente colectivo algunas pistas para rastrear los trazos tanto de sus límites y debilidades, como de sus posibles potencias, tal y como hemos apuntado ya al analizar los procesos de precarización de sí y la figura del trabajador autónomo de tercera generación en relación a la escritura televisiva. Si hemos abierto el análisis al uso de categorías que desbordan el campo sociológico y que remiten a órdenes analíticos y discursivos más propios de los ámbitos de la psicología, no es para psicologizar nuestra perspectiva, sino para enfatizar hasta qué punto las construcciones de sí y los procesos de identización profesional se enredan constantemente con los malestares y las incertidumbres que atraviesan el campo concreto en el que se desarrolla la actividad profesional.

En cualquier caso, y para disipar todo malentendido posible en este sentido, conviene subrayar que la debilidad de la identidad profesional de los escritores empleados en los circuitos de fabricación de contenidos de ficción televisiva se conecta con un factor estructural determinante que remite a las características de unos mercados de trabajo profundamente inestables y con un nivel muy elevado de empleabilidad, es decir, con una intensa movilidad de los trabajadores por el circuito de los empleos y un pronunciado carácter temporal de las contrataciones, lo que dificulta notablemente el ejercicio de adscripción profesional estable al

²²⁷ Sobre las categorías de esquizofrenia y paranoia se puede consultar el inventario: “Esquifrenia y paranoia del guionista”.

oficio y, por tanto, contribuye de manera determinante al debilitamiento de los procesos de identización en el campo laboral.

Al apuntar en páginas anteriores las características de los mercados de trabajo que habitan los escritores de televisión, dando cuenta de la naturaleza intermitente de las contrataciones y de las prestaciones laborales en los circuitos de producción de contenidos de ficción televisiva, hemos aportado algunos datos que ilustran las constantes entradas y salidas del mercado de trabajo por parte de los guionistas, señalando con ello una inclinación hacia la desprofesionalización. De entre esos datos, resalta que solamente el 20,1% de los escritores consultados en el estudio de la Fundación Autor y ALMA declaraba dedicarse en exclusiva a la escritura audiovisual profesional, mientras que el 59,7% lo compatibilizaba con otras profesiones y el 17,4% decía haber dejado de escribir guiones de forma continuada y se ocupaba en un campo profesional diferente. La tendencia hacia la desprofesionalización se subraya por el hecho de que para los trabajadores que compatibilizan la escritura de guiones con otro tipo de actividades, el oficio de guionista les proporciona menos ingresos que las otras actividades: para el 42,7% más del 80% de sus ingresos procede de actividades diferentes, mientras que para el 56,3% supone el 60%. Pese a que la investigación de referencia no ofrece prácticamente datos desagregados y éstos remiten casi siempre al conjunto de los escritores audiovisuales, sin distinguir ni diferenciar entre los diferentes campos de la escritura audiovisual, los porcentajes apuntados son un buen punto de partida para componer una primera imagen de la movilidad laboral en el sector televisivo, así como de la dificultad para fijar las adscripciones profesionales e identitarias a actividades laborales estables.

En este sentido, la adscripción profesional débil propia de los escritores televisivos, que tal y como hemos visto se liga directamente con el carácter invisible tanto de su figura profesional como de los procesos productivos de los que son protagonistas, erosiona de manera determinante las tres realidades

combinadas que recubren el concepto mismo de profesión. Según Dubar y Tripier (1998), existen tres universos de significación o campos semánticos asociados a los tres elementos que componen la tipología del uso del término polisémico “profesión”. El primero viene definido por la palabra “profesar”, que significa literalmente “manifestar una creencia”: indica una naturaleza vocacional y se mueve en un orden lingüístico y declarativo. Esta significación del término tiene que ver con el vocablo inglés “calling” (vocación) o la palabra alemana “beruf” (oficio y vocación). El segundo campo semántico define la profesión como “la ocupación por la que uno se gana la vida”, es decir, la circunscribe a la actividad en la que uno se emplea a cambio de una remuneración que le permite vivir. El tercer sentido del término lo define como “conjunto de personas que ejercen el mismo oficio”, acercándolo al concepto de corporación o de grupo profesional que designa al conjunto de personas con el mismo oficio y el mismo estatus profesional.

Des este punto de vista, el fenómeno de la invisibilidad afecta, en primer lugar, al eje subjetivo de la experiencia profesional del guionista, erosionando en el trabajador el sentido de su propia actividad, separándole del resultado de la misma y provocándole la interiorización de la infravaloración social y profesional de la que es objeto. En segundo lugar, la invisibilidad influye determinantemente en el eje económico, contribuyendo a una desvalorización de la fuerza de trabajo del escritor que se traduce en una remuneración inferior y desfavorable en relación a otros profesionales creativos con los que comparte el proceso de fabricación. En tercer lugar, la invisibilidad determina que el eje social y colectivo de la experiencia profesional del guionista no sólo se apoye en la pertenencia a un grupo definido por un saber hacer común, sino que descansa sobre una lógica reactiva de supervivencia en un medio que se presenta como hostil.

No obstante, y pese a la relevante influencia que su invisibilidad ejerce sobre el trabajador del guión televisivo, conviene recordar en todo momento que el dato

más significativo al respecto es la naturaleza paradójica de esa invisibilidad: como ya hemos puesto de manifiesto, pese a su carácter invisible el guionista y su actividad laboral resultan vitales para la suerte del proceso de fabricación y su resultado, determinando las necesidades y las dinámicas organizativas del conjunto del proceso productivo y configurando las características del producto final. En este sentido, la centralidad de los guionistas se mide en el carácter performativo de su actividad en las tres dimensiones espacio-temporales que hibridan y componen la *línea de universo* de los contenidos de ficción televisiva: la dimensión de la producción, la dimensión del producto y la dimensión de la recepción.²²⁸ En la primera dimensión, el trabajo de los guionistas no sólo determina el conjunto de necesidades productivas en base al tipo de obra serial concebida, sino que opera como nodo a partir del cual se organiza y se estructura toda la cadena productiva. En la segunda dimensión, los guionistas determinan las características y el contenido del producto, inscribiéndolo en un particular orden serial de clasificación en base a su género y su formato y, al mismo tiempo, dotándolo de un carácter específico y diferenciado que compone un universo singular propio. En la tercera dimensión, los contenidos ideados y elaborados por los guionistas son el *interfaz* principal de la relación del producto con los públicos, operando su trabajo como el origen de aquello que los telespectadores van a interpretar, descodificar y recodificar en la acción de recepción, en una relación cognitiva y afectiva con las historias y los personajes que los guionistas les proponen episodio a episodio en el desarrollo del relato general que compone la serie televisiva.²²⁹

²²⁸ Sobre el concepto de *línea de universo* se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

²²⁹ El concepto de *interfaz* lo tomamos prestado de la informática, donde nombra la conexión entre dos ordenadores o máquinas de cualquier tipo dando una comunicación entre distintos niveles. La interfaz constituye hoy en día el elemento central de la evolución tecnológica en la medida en que permiten la fluidez de los flujos informacionales. Las performances de las interfaces crean las ventajas comparativas a partir de sus capacidades de hacer comprensibles los volúmenes de información cada vez más importantes generados por las y en las redes (Cocco, 2003).

El carácter particular de la mercancía serie de televisión hace que la línea de universo del producto posea en realidad una naturaleza circular más que lineal. En páginas anteriores ya hemos visto como la particularidad de la mercancía fabricada por los guionistas de ficción televisiva, y en general de todas las mercancías producidas por un trabajo de corte inmaterial, además de que su valor de uso consiste esencialmente en su contenido informativo y cultural, reside en el hecho de que la mercancía no se destruye en el acto de su consumo, sino que alarga, transforma y crea el ambiente ideológico y cultural del consumidor, puesto que la subjetividad constituye su contenido fundamental (Lazzarato, 1997). En este sentido, la producción no sólo recubre el propio acto de consumo, sino que la mercancía sigue produciendo y poniendo a trabajar al consumidor incluso mucho después de haber sido consumida. El hecho de que la actividad de recepción de los bienes culturales en general, y de los productos televisivos en particular, tenga un carácter eminentemente activo y productivo (Becker, 1988; Hall, 1994; Pasquier, 2004), indica que la línea de universo de un producto de ficción televisiva no sólo compone un ciclo largo de producción que desborda el estricto marco espacio-temporal del proceso productivo formalmente reconocido como tal, sino que incluye a la actividad de recepción y a los propios telespectadores como productores. Las consecuencias de un razonamiento de este tipo son enormes, llegando a tocar críticamente la base de las concepciones más usuales del trabajo, el ocio y el consumo. Dominique Pasquier (2004) habla incluso del “trabajo del telespectador” para definir la actividad de recepción de los contenidos televisivos que realizan los públicos, una actividad que se ha complejizado y ha subrayado su carácter performativo con la explosión del fenómeno fan, así como con el carácter interactivo y participativo de los bienes culturales gracias al desarrollo de Internet y de las redes sociales (Jenkins, 2006a). Walter Benjamin (2003) fue tal vez el primero en plantear el carácter netamente productivo de los públicos en su análisis de las mutaciones que introdujeron las tecnologías de reproducción de las obras de arte con el desarrollo de la sociedad industrial. En este sentido, los análisis de Benjamin sobre el fenómeno cinematográfico plantean explícitamente la emergencia de una nueva

cualidad de público que se constituye no sólo en sujeto adecuado de la percepción, sino en actor activo del proceso de producción de la propia obra de arte. Forma colectiva de la producción, autor colectivo, tendencia a la reversibilidad de la relación entre autor y público, así como papel eminentemente activo del espectador, constituyen las bases fundamentales de la producción industrial de bienes culturales según Benjamin.

Nos extenderemos convenientemente sobre estos asuntos en un apartado específico centrado en los públicos de las series de ficción televisiva y en su naturaleza netamente productiva. Lo que ahora nos resulta importante señalar es que los guionistas funcionan dentro de la máquina televisiva como el motor básico de la “empleabilidad” de los públicos, es decir, de la puesta a trabajar de las audiencias mediante el uso y consumo de los contenidos televisivos. Dicho motor guionístico posee tanto una dimensión ontológica, por el hecho de que el trabajo de los escritores constituye el punto de partida, la clave creativa y la base performativa que constituye los contenidos televisivos que los públicos consumen o usan, como una dimensión estratégica, puesto que el trabajo de guión se orienta en todo momento por la necesidad de activar e implicar emocionalmente a los públicos, movilizándolo y fidelizando su atención en relación al universo del contenido televisivo que los guionistas crean a través de su labor de escritura.

Sin embargo, más allá de la complejidad que encarna la línea de universo de la ficción televisiva, con las imbricaciones e interacciones entre los procesos productivos y los públicos que detallaremos en un apartado posterior, la idea sustancial que nos interesa subrayar en este punto de nuestra investigación es que, pese al grado de invisibilidad social y profesional que caracteriza a la escritura televisiva, el guión se encuentra en la base del desarrollo del proceso de fabricación de todo producto de ficción para televisión. Por este motivo, la idea de la relevancia del guión dentro de los procesos productivos que componen las industrias audiovisuales ha ido permeando poco a poco los ámbitos

institucionales europeos y sus programas de apoyo al sector audiovisual. En 1989 la Comunidad Económica Europea creó la European SCRIPT Fund, dentro del programa MEDIA²³⁰. SCRIPT (Support for Creative Independent Production Talent) nació con la intención de apoyar financieramente a los escritores, realizadores y productores en el desarrollo de guiones de ficción o de documental, mientras que el programa MEDIA fue creado como agente general de apoyo al desarrollo y la difusión de la industria audiovisual del viejo continente. Hasta la fecha se han desarrollado tres ciclos consecutivos del programa bajo el paraguas de la Unión Europea: 1991-1995 (MEDIA), 1996-2000 (MEDIA II) y 2001-2006 (MEDIA Plus). Actualmente se encuentra en desarrollo la cuarta etapa: MEDIA 2007. El objetivo general del programa es la financiación de proyectos europeos en el terreno del audiovisual, la difusión de los mismos y el desarrollo de programas de formación para profesionales implicados en las industrias cinematográfica y televisiva. Las ayudas a la escritura de guiones aumentaron a partir de 1992 con la creación de SOURCES (Stimulating Outstanding Resources for Creative European Screenwriting), una iniciativa complementaria de SCRIPT, desarrollada en colaboración con otros proyectos del programa MEDIA y destinada al apoyo de guionistas con una experiencia profesional contrastada. El problema fundamental que presenta MEDIA para los guionistas de televisión es que pese a que su declaración de intenciones hace mención explícita al objetivo de apoyar el desarrollo de la ficción televisiva, la mayor parte de los recursos del programa se destinan a la producción cinematográfica.

Además de en los espacios institucionales, la importancia de la escritura en el ámbito del ciclo productivo de la ficción televisiva es subrayada desde diferentes ámbitos y sujetos del proceso de fabricación de series de televisión:

“(...) Lo es todo... Como un cimiento que si es sólido pues la casa aguanta...que te dice si la casa es buena, es más, si tiene sentido

²³⁰ http://ec.europa.eu/information_society/media/index_en.htm

construirla o no. Sin un buen guión no hay quien levante un proyecto”.

[Entrevista 1]

“No sé, es el punto de partida, donde empieza todo. Si tienes una historia buena, tienes una serie, si no despídete. Creo que cada vez está más claro... No es que se nos reconozca del todo, porque no es así, pero yo sí veo que la gente de dentro se va dando cuenta de la importancia que tenemos, de que tienen que cuidar eso más”.

[Entrevista 4]

“Bueno, hay mucha diferencia. Cuando lees algo que realmente te gusta, te metes más, te llega y es como si te saliera de dentro, pero cuando lees un guión que... que no, vamos, que no funciona, es un suplicio porque ya sabes que la cosa no va a ir bien. (...) No sé, es como si cuando tengo un buen guión me sintiera como bien vestida y, si no, me viera como desnuda... Algo así”.

[Entrevista 5]

La analogía entre el guión y el cimiento de una casa ilustra de manera adecuada la importancia de los equipos de guionistas en el desarrollo de los procesos de fabricación de los productos de ficción televisiva. Como veremos en detalle seguidamente, la labor de escritura de guión propiamente dicha no es más que una etapa en el archipiélago de tareas que ocupan a los equipos de guionistas y que van encaminadas a componer el universo del producto, a generar o desarrollar por encargo la idea de partida sobre la que basculará la cualidad de su contenido y a operar como primer eslabón de una cadena de transmisión de información que determinará la actividad de todos los agentes implicados en el circuito productivo, desde los equipos de rodaje a los actores y actrices, pasando por los departamentos de producción ejecutiva, encargados de la gestión y el ajuste de los recursos y las infraestructuras requeridas para la materialización audiovisual del material narrativo propuesto por los guionistas.

Esta lógica generativa que caracteriza la actividad de los equipos de escritores de ficción televisiva concuerda con ciertas concepciones de la relación entre la narrativa y la acción que conceden a la primera un papel de configuración e información de la segunda, prescribiendo, describiendo y proyectando la acción

en una forma determinada (Ricoeur, 1986)²³¹. En este sentido, resulta ilustrativo que la idea prototípica del inicio de todo rodaje de una escena cinematográfica o de una secuencia de ficción televisiva se ligue a la imagen del director diciendo “acción”, tras haber compuesto la situación a rodar a partir de la información que contiene el guión que se sitúa en la base de todo el proceso. Sin embargo, antes de que el director ordene el comienzo de la filmación en el set de rodaje, el trabajo de los guionistas ha orientado ya la planificación y la organización de la totalidad del proceso productivo, incluida la elaboración del presupuesto económico del mismo. Tal y como apunta Sainz Sánchez (1999), “el guión (script) es la primera herramienta de trabajo para el productor de un programa de televisión. Todo proyecto audiovisual debe iniciarse a partir del guión, que resulta imprescindible para una gestión eficaz de la producción. (...) El guionista (o el equipo de guionistas) desarrolla una actividad frenética a lo largo de todo el proceso creativo. Primero documenta el proyecto y escribe el primer borrador y por último depura el guión para adaptarlo al resultado de la grabación o rodaje (en el caso de un programa que se encuentra en emisión, su labor resulta más agobiante). De la planificación de dicho proceso depende la buena marcha de la producción en general”.

A este respecto resulta interesante señalar que uno de los pilares de cualquier proyecto de serie de ficción para televisión es la denominada “Biblia”, un documento inicial elaborado por los guionistas que resulta útil para ejemplificar la relevancia de éstos en el proceso de fabricación del producto. Se trata de una guía inicial que incluye las características de la serie, combinando información sobre el contenido, el género, el tono y el formato, con una estrategia de comercialización del proyecto. En este sentido, la biblia es tanto la materialización de una idea de producto que contiene todas sus características, como un documento de venta de cara a una empresa productora de contenidos

²³¹ “(...) Después la narración se organiza, encuentra su forma en una intriga y finalmente produce una figura original que va a informar a la acción, sugerir voces nuevas, dar sentido a las situaciones. De esta manera, según sea la forma narrativa, cómo se cuente, cómo se describa, cómo se prescriba o cómo se proyecte, una acción se presenta sobre la escena del mundo social en una forma determinada” (De Coninck, 1993).

audiovisuales o a una cadena de televisión. El hecho de que su apelativo le confiera un carácter sagrado o que lo tipifique como contenedor de los conocimientos y del modelo ideal del producto, indica la centralidad y la importancia que la actividad de los guionistas posee tanto en el desarrollo de cualquier proyecto de serie televisiva de ficción, como en la suerte comercial del mismo.²³²

Ante la centralidad contrastada del trabajo de guión y sus trabajadores, así como su determinante influencia en el conjunto de la cadena de fabricación de los productos de ficción televisiva y en la línea circular de universo de los mismos, la invisibilidad de los escritores se muestra desnudamente como un artefacto de neta naturaleza política, sujeto a una artificialidad evidente, producto de las relaciones de poder que atraviesan a la producción de contenidos de ficción para televisión. Invisibilizar a los grupos de guionistas, despojándoles de su carácter angular dentro de los circuitos productivos que habitan, supone erosionar su capacidad de negociación, afectando a su legitimidad profesional y al reconocimiento social de su figura. La invisibilidad es, por tanto, no solamente un producto del gobierno patronal sobre los escritores de contenidos para televisión y una estrategia para su control, sino una problemática acuciante para el colectivo de guionistas en nuestro país. Desde este punto de vista, el carácter corporativo y particularista de sus asociaciones profesionales puede encontrar un punto de apoyo y de sentido para sus discursos y sus prácticas. Sin embargo, tal y como ha puesto de manifiesto nuestro proceso de investigación, solamente de una reflexión y una actuación colectiva capaz de visibilizar su papel y su figura en parámetros no endogámicos ni autorreferentes, seguramente dependerá no sólo el reconocimiento adecuado y la suerte futura del colectivo de escritores audiovisuales, sino la invención de una lógica y unas herramientas sindicales a la altura de los retos profesionales que los guionistas tienen ante sí.

²³² Sobre las biblias en el mundo de la ficción televisiva serial se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

No obstante, para nosotros como investigadores sociales resulta igualmente importante apuntar que, en cierto sentido, la invisibilización de los guionistas de televisión es también efecto de las dinámicas generalizadas de investigación social que abordan el fenómeno televisivo, sus postulados y sus objetos de estudio, fundamentalmente en lo referente al campo de la Sociología de la Comunicación. Tal y cómo ya hemos apuntado con anterioridad, su olvido generalizado de los procesos de producción de los contenidos de televisión, así como su focalización en un estudio de los productos y su impacto social desligado del análisis de las realidades de su fabricación, constituyen también una forma de invisibilización de los trabajadores y los trabajos que da lugar a un déficit metodológico y epistemológico necesariamente problemático. Por decirlo con Pierre Bourdieu (1984), resulta vital que la investigación se despoje de la idea generalizada de que “la sociología puede dar cuenta del consumo cultural, pero no de la producción”, partiendo de la premisa básica de que sólo es posible comprender la complejidad que viste el universo de toda producción cultural “si se toma en cuenta simultáneamente el espacio de los productores y de los consumidores”. En este sentido, entender sociológicamente el trabajo de los guionistas de televisión y su valor pasa por el ejercicio de una ruptura básica: desligarse de la invisibilidad que recubre al propio objeto de estudio. Ese es precisamente el punto de partida y el propósito que ha guiado el ejercicio de nuestro proceso de investigación.²³³

²³³ Esa ruptura es en realidad la precondition que debe observar todo proceso de investigación con voluntad de adentrarse por la senda de una aproximación pretendidamente científica a su objeto. Jesús Ibáñez apunta al respecto que tanto las ciencias denominadas “naturales” como las llamadas “sociales” tienen su origen en una ruptura del discurso ideológico que cubre sus objetos. “En el caso de las ciencias ‘naturales’ –que se enfrentan a objetos de sí no hablantes-, ese discurso había de ser dejado de lado, ya que aunque fuera desconstruido nada podría reconstruirse con sus piezas: por eso recurrieron a la menos discursiva de las prácticas significantes, la estadística. En el caso de las ciencias ‘sociales’ –que se enfrentan a objetos hablantes-, ese discurso había de ser desconstruido para reconstruir con sus piezas otro discurso científico: pero en una primera etapa se recurre a la estadística para romper el discurso ideológico que recubre el objeto (aunque se vuelve a recubrir con otro discurso, pretendidamente científico, pero ideológico en cuanto no es posible trascenderlo)” (Ibáñez, 1985). Es lo que Castells e Ipola llaman “corte epistemológico”, es decir, el efecto específico de la irrupción en el seno de una formación ideológica de un proceso de producción de conocimientos científicos (Castells e Ipola, 1975).

3.3. **Cómo producen los guionistas y las guionistas de ficción televisiva: los trazos de una escritura sistematizada y estandarizada**

Antes de la pregunta: ¿cuál es la actitud de una obra frente a las relaciones de producción de la época?, quisiera preguntar: ¿cuál es su posición dentro de ellas? Esta pregunta apunta directamente hacia la función que tiene la obra dentro de las relaciones de producción literarias de una época. Con otras palabras, apunta directamente hacia la técnica literaria de las obras.

Walter Benjamin

Después de haber defendido victoriosamente la obra única contra la producción en serie (...) el artista se encuentra sometido a un sistema de organización de la vida artística en el que el principio fundamental es el orden económico.

Raymonde Moulin

La fórmula reemplaza a la forma

Charles Wright Mills

Pese a que hemos apuntado la centralidad que posee el trabajo de los guionistas en el desarrollo y la suerte del conjunto del proceso de fabricación de contenidos de ficción televisiva, conviene que lo resituemos para componer una imagen equilibrada y fidedigna de su importancia y de su alcance. En este sentido, el primer elemento de esa tarea de resignificación del carácter de palanca de la actividad laboral de los guionistas se juega en torno a dos fenómenos de corte económico que condicionan de manera determinante no sólo el panorama productivo en el ámbito televisivo, sino en el conjunto de los sectores productivos en nuestros días:

1. La importancia de la demanda en la orientación de los procesos de fabricación y en la configuración de las características finales del producto.

2. Como ya hemos señalado al analizar el proceso de liberalización del sector televisivo, una organización productiva en red que desterritorializa los procesos de producción y despliega una división del trabajo entre empresas notablemente jerarquizada.

El papel preponderante de la demanda como variable que orienta y determina los contenidos y las características de los productos televisivos se pone de manifiesto en el carácter activo de los canales de televisión en la configuración de los proyectos que desarrollan los equipos de guionistas, particularmente en lo referido a la confección y definición de las biblias de las series de ficción televisiva:

“De lo que tú imaginas o has escrito a lo que luego es va un mundo. Puffff... ya te digo, luego no tiene nada que ver. Tú haces un documento de venta y ellos lo modifican y te van tirando las líneas que tienes que ir siguiendo. Tú puedes tener en mente lo que sea, pero luego la serie va a ser la que ellos quieren, no la que tú quieres”.

[Entrevista 6]

“Nosotros habíamos diseñado una serie con un formato clásico de thriller, vamos, una cosa seria, tampoco la leche, porque tenía sus momentos más o menos ligeros, pero que era un thriller, estaba claro. Bueno, pues acabó siendo una comedia porque a la cadena en ese momento lo que le interesaba era eso. Así pasó, claro, que fue un desastre y duró dos semanas en emisión (risas)”.

[Entrevista 22]

En páginas anteriores ya hemos hecho referencia al carácter performativo del empleador o del cliente que contrata los servicios del escritor de ficción televisiva, matizando convenientemente su carácter de coproductor del contenido televisivo objeto del proceso de fabricación. Ya sabemos que el diseño de un producto de ficción televisiva puede tener su origen en la iniciativa de un grupo de guionistas o en la demanda directa por parte de una cadena o de una productora, pero en ambos casos su resultado estará siempre participado y

determinado por la empresa sujeto de la demanda. En el primero de los casos, los guionistas actúan tejiendo estrategias de configuración del producto de ficción acordes con las características del cliente. En los dos casos, la empresa-cliente controla y define el contenido del producto a partir de sus concepciones del medio televisivo, sus necesidades y sus estrategias de mercado. Desde este punto de vista, la actividad creativa de los guionistas de televisión se encuentra siempre condicionada y determinada por la naturaleza de la relación de servicio en la que se desarrolla su actividad profesional. Tal y cómo hemos señalado al analizar el concepto de parasubordinación o como pone de manifiesto la participación del cliente o del empleador en la configuración del producto, la actividad de los escritores de ficción televisiva posee una autonomía volcada sobre la organización de la tarea, pero ajena generalmente a la definición de la cualidad del producto que fabrican. Desde este punto de vista, el acto creativo del guionista resulta siempre de un proceso de interacción con otros agentes que condicionan, monitorizan y determinan la configuración de su resultado, fundamentalmente las cadenas y las empresas productoras de contenidos para televisión.

Esta naturaleza dependiente de la creatividad del guionista pone de manifiesto una idea referida a las relaciones de servicio en su conjunto que ya hemos avanzado con anterioridad: el hecho general de que toda relación de servicio se caracteriza por ser el resultado de una coproducción transitiva entre el oferente, el demandante y los resultados que se van generando en la interacción, lo que origina una singularización del servicio por su carácter eminentemente interactivo y, por tanto, altamente personalizado (Rubalcaba, 1999). Al mismo tiempo, esa relación entre agentes productivos, generalmente presentada como una trama flexible de cooperación interempresarial, demuestra descansar en realidad sobre la rigidez que impone la empresa cliente sobre el último eslabón de la cadena (Castillo, 1994), en este caso los escritores de contenidos para televisión. De hecho, la sujeción del escritor de ficción televisiva a los designios del cliente es particularmente intensa: por un lado, la empresa productora de

contenidos televisivos que contrata al guionista impone una primera rigidez incidiendo y orientando la configuración de los trazos concretos del producto; por otro lado, la cadena de televisión que emitirá el producto impone una monitorización de la elaboración del contenido de dicho producto. De esta manera, el trabajo creativo de los guionistas se ve sujeto a una doble rigidez.

Dicha rigidez, como territorio de configuración de la actividad laboral de los escritores de ficción televisiva, es el resultado del efecto expansivo de la cualidad de la relación entre la cadena de televisión y la empresa productora de contenidos. Ya hemos hecho referencia de manera somera en páginas anteriores a un tipo de relaciones de servicio entre empresas de carácter vertical, definida básicamente por ser el resultado de interacciones orientadas por el esquema clásico proveedor-cliente. En este sentido, Thierry Coulet (1997) propone un análisis de este tipo de vínculos interempresariales que puede resultar útil a la hora de definir convenientemente la cualidad del conjunto de relaciones de servicio que determina y atraviesa la labor de los guionistas empleados en la fabricación de contenidos de ficción televisiva. Coulet se refiere en su análisis a “relaciones de casi-integración vertical” para dar cuenta de relaciones de subcontratación muy cercanas a la integración, en las que el cliente tiene un poder amplio de autoridad y de especificación en relación al producto. Las principales características de la casi-integración vertical son un dominio por parte del cliente de la decisión sobre la especificación del producto y una repetitividad constitutiva de esa dinámica de relación inscrita en regímenes de duración cuya estipulación viene determinada completamente por la empresa-cliente. Esta lógica de casi-integración de naturaleza oblicua (Baudry, 1995) implica, por tanto, que mientras la decisión final sobre las especificaciones funcionales y el contenido del producto pertenece al cliente, la concepción técnica y la realización corren a cargo del proveedor del servicio. Lo significativo es que en el caso de la fabricación de contenidos de ficción televisiva ese carácter oblicuo de la relación interempresarial entre la cadena de televisión y la empresa productora de contenidos se estira hasta definir igualmente la relación entre dicha empresa y los

escritores cuyos servicios contrata: la actividad creativa de los equipos de guionistas aparece sujeta y determinada a las decisiones y las imposiciones tanto de las cadenas, como de las empresas productoras. De esta manera, tal y como hemos señalado ya siguiendo a Castillo (1994), la flexibilidad que induce la subcontratación en el desarrollo de los procesos productivos descansa en realidad sobre la extrema rigidez que soporta el último eslabón de la cadena. Dicha rigidez se enmarca en lo que Bellofiore (2012) denomina “centralización sin concentración”, un contexto en el que la unidad técnica de producción se descompone y desterritorializa, pero el mando productivo y financiero continúan centralizados.

En un contexto de división del trabajo entre empresas como el que venimos describiendo, la labor profesional de los equipos de guionistas aparece sujeta a un grado de heterodeterminación y de subordinación que cuestiona de manera notable una de las ideas fundamentales que nutren la opinión común en torno a los trabajadores creativos y al campo artístico en general, incluidos los escritores audiovisuales: la concepción de los trabajadores de corte artístico como autores movidos por un genio creativo singular y autodeterminado. Dicha concepción es fruto de las construcciones sociales de la autoría y de la obra que emanan de una representación clásica de la actividad artística que la liga a la idea de un control integral del proceso creativo por parte del artista entendido como creador.

Tal y como apunta Morin (1962), la figura del creador, es decir, del autor como sujeto integral de la sustancia y la forma de su obra, emerge de manera tardía en la historia de la cultura en el siglo XIX. Fue la ideología romántica, las teorías del arte por el arte y las concepciones del genio autónomo las que dieron lugar a una representación social del artista como creador independiente ajeno a determinaciones o coacciones exteriores (Pasquier, 1995). Paradójicamente, la afirmación de dicha figura coincidió con el comienzo de la era industrial y fue, precisamente, la introducción de la lógica y las técnicas industriales en la creación cultural la que contribuyó decisivamente a disgregar la materialidad de

la figura del creador: con la industrialización y el desarrollo de la reproducibilidad técnica de los bienes culturales (Benjamin, 2003), la creación se convirtió en producción. Como ya hemos realizado una aproximación crítica a las nociones de “creador”, “autor” y “obra” en páginas anteriores, no nos detendremos aquí en este asunto, simplemente señalaremos que la evolución histórica de la elaboración de contenidos de ficción televisiva en nuestro país se relaciona estrechamente con la crisis de la categoría clásica de creación: originalidad, individualidad y novedad se sujetan decisivamente a la necesidad de la estandarización de procedimientos y contenidos, como veremos más adelante.

En este sentido, el trabajo de los guionistas, pese a constituir la palanca del proceso complejo de fabricación de contenidos de ficción televisiva, lejos de desarrollarse en el espacio liso de un acto creativo que autodesigna y decide sus caminos posibles, se sujeta a un espacio estriado repleto de caminos proscritos y prescritos por la industria televisiva y su racionalidad.²³⁴ La imagen del *guionista-individuo-creador*, propia de los orígenes de la ficción televisiva en España y de su período de desarrollo previo a la liberalización del sector televisivo, hace tiempo que dejó paso a un escritor colectivo que produce en equipo y que se inserta dentro de una lógica que viene determinada por la racionalidad económica y las políticas gerenciales propias del sector productivo en el que desarrolla su actividad profesional. Fue precisamente el proceso de liberalización del sector televisivo en nuestro país, con el fin del monopolio de las cadenas públicas, el que contribuyó decisivamente al desarrollo de un cambio de paradigma en la escritura de ficción televisiva: la intensificación de la competencia y la centralidad de la lógica de negocio en detrimento de una racionalidad ligada al concepto de servicio público, provocaron un vuelco hacia la racionalización de los procesos productivos y hacia la sujeción de la fase de preproducción de los contenidos televisivos a una dinámica de corte plenamente

²³⁴ Sobre los conceptos de *espacio liso* y *espacio estriado* se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

serializado y sistematizado.²³⁵ Desde entonces, aunque el trabajo de guión constituya el borne de los procesos de fabricación de contenidos de ficción para televisión, el guionista, más que funcionar como palanca, sitúa sistemáticamente su labor creativa dentro de un movimiento preexistente y en una lógica de corte aparentemente industrial (Marchetti, 1997). Desde este punto de vista, la evolución histórica de la escritura televisiva hacia su sistematización y su heterodeterminación, es equiparable a la evolución de la actividad deportiva y al surgimiento de deportes de nuevo tipo que propone Gilles Deleuze (1990): “hemos vivido mucho tiempo con una concepción energética del movimiento: un punto de apoyo o una fuente de movimiento. carreras, lanzamiento de peso, etc.: se trataba de esfuerzo, de resistencia, siempre con un punto de origen, con una palanca. Pero vemos que hoy el movimiento se define cada vez menos mediante un punto de apoyo. Todos los deportes nuevos –el surfing, el windsurfing, el ala delta- se basan en la inserción en una ondulación preexistente. Ya no hay origen como punto de partida, sino un modo de ponerse en órbita. Se trata fundamentalmente de situarse en el movimiento de una gran ola, de una columna de aire ascendente, de ‘colocarse entre’, y no ya de ser el origen de un esfuerzo”.

No obstante, ese movimiento y esa lógica, precisamente por el hecho de que la viabilidad del producto de ficción televisiva descansa sobre el guión como matriz fundamental del contenido de dicho producto, hacen que, paradójicamente, la sistematización del conjunto del proceso de producción de una serie de televisión encuentre en la fase de escritura uno de sus pilares fundamentales. El problema estratégico de afrontar la producción de una mercancía serial que va a ser programada para su consumo una vez a la semana o con una frecuencia diaria, como ocurre con la mayoría de la ficción televisiva, solamente puede ser resuelto mediante una interacción constante de todos los agentes y espacios que componen el ciclo corto de la producción.²³⁶ Como apunta Sergio Brancato (2007), el ensamblaje de dichos espacios únicamente puede funcionar de manera

²³⁵ Sobre la noción de *preproducción* se puede consultar el inventario: “Preproducción/Producción/Postproducción”.

²³⁶ Para una definición de “ciclo corto de la producción” se puede consultar el inventario.

apropiada si el punto de partida es una organización de la fase de escritura capaz de inscribir el proceso de trabajo en un calendario más o menos preciso. De esta necesidad organizativa se deriva, precisamente, la aplicación a la escritura televisiva de una lógica próxima al paradigma industrial, lo que implica la estandarización de uno de los segmentos de la cadena productiva considerado clásicamente como de mayor cualidad artística y de mayor peso creativo y, por tanto, supuestamente más esquivo a la pretensión de someterlo a una organización serializada y normativizada. Desde este punto de vista, el carácter operativo y funcional de la sujeción de la narrativa televisiva a parámetros aparentemente industriales viene a cuestionar algunas de las ideas más usuales en torno a la actividad artística y al trabajo creativo, sobre todo en lo referente a su supuesta relación conflictiva con la lógica de la propia organización industrial. Dicho cuestionamiento descansaría sobre tres nodos fundamentales de ruptura que consideramos importantes:

- Nudo de ruptura 1:

La estandarización y serialización de la escritura de contenidos de ficción televisiva, así como la intensa reproducibilidad asociada tanto a dichos contenidos inmateriales e informacionales como al conjunto de servicios televisivos, ponen de manifiesto el carácter absolutamente obsoleto de toda concepción de la lógica industrial que parta de una disociación entre bienes y servicios, disociación que se fundaría sobre la posibilidad de reproducción exclusivamente de series materiales, excluyendo la posibilidad de reproducibilidad de series inmateriales, es decir, de servicios susceptibles de sujetarse a una pauta industrial de organización (Miège, 2000).

- Nudo de ruptura 2:

La sujeción de la escritura televisiva a lógicas y parámetros organizativos de corte estandarizado y serializado cuestiona las concepciones tradicionales sobre los trabajadores artísticos y su

actividad profesional, así como la relación supuestamente conflictiva entre trabajo artístico y proceso de acumulación capitalista que se deriva de dichas concepciones. En este sentido, conviene señalar que las representaciones sociales dominantes en torno a las actividades artísticas poseen un fondo romántico y carismático (Bourdieu, 1992) que encaja difícilmente con la dinámica productiva propia de la fabricación de contenidos para televisión y con la realidad de las industrias culturales: como hemos apuntado ya en páginas anteriores, dichas representaciones parten de una noción de obra como creación de un sujeto genial y con un don particular, movido por la inspiración, inmerso en una recreación constante de la originalidad que le aparta de cualquier dinámica de serialidad, con irreductibles cotas de autonomía y autodeterminación en torno a su actividad, así como movido por una racionalidad material ajena a lógicas instrumentales. La idea de autonomía plena del artista y de autonomización del campo artístico se fundamenta, según Raymonde Moulin (1995), en dos rupturas importantes: la primera, entre arte y artesanado, tuvo lugar en el curso del Renacimiento, en nombre de la diferenciación entre actividad manual del artesano y actividad intelectual del artista; la segunda, entre producto artístico y producto industrial, se produjo en el siglo XIX, extendiendo la idea de la condición gratuita de la obra y el rechazo de todo proyecto artístico utilitarista. Tal y como apunta Chiapello (1997), esta concepción resulta deficitaria, puesto que no da cuenta de la realidad de los procesos de producción en las industrias culturales, al tiempo que se muestra incapaz de aportar luz sobre la totalidad del fenómeno artístico: borra la importancia de aquellos trabajadores que participan en la fabricación del producto cultural y cuya actividad no posee una cualidad artística, ignora las condiciones de trabajo en las que se produce ese producto y niega la posibilidad de modos de creación rutinarios y estandarizados, patentes en el caso de la escritura para televisión. Además, tal y como señala Ryan (1991), dicha

representación del trabajador artístico implica una supuesta contradicción entre la naturaleza de su actividad y la lógica de acumulación capitalista. Desde esa concepción, la labor del artista posee un carácter concreto y nominal que debe ser siempre priorizado y preservado, lo que conlleva que el trabajador artístico no pueda constituir un factor de producción anónimo y, por tanto, que dicho trabajador se presente como la antítesis de la categoría de fuerza de trabajo, al tiempo que la cualidad de su actividad resulta antagonista a todo intento de conversión de la misma a trabajo abstracto. Esta contradicción se extendería además por el hecho de que: (a) el trabajo artístico se asociaría a un ethos que requiere de independencia y que no soporta mecanicismo o rutinización alguna; (b) el alcance, el ritmo y la intensidad de su trabajo vendrían supuestamente determinados por algo tan arbitrario como las demandas de su imaginación; (c) el proceso creativo del artista presentaría una cualidad eminentemente irracional desde el punto de vista económico; y (d) esas determinaciones se presentarían como problemáticas para el valor y el coste del trabajo artístico: los trabajadores artísticos representarían para las empresas una inversión en capital variable cuya rentabilidad se sujetaría a elevadas cotas de incertidumbre e indeterminación. Sin embargo, la integración plenamente funcional del trabajo artístico de los escritores audiovisuales en una industria como la televisiva pone de manifiesto lo alejado de estas construcciones ideales de la figura del artista respecto de la realidad de la producción cultural actual.

Dicha distancia de las construcciones románticas de la figura del artista respecto de la realidad de la producción cultural en nuestros días se pone especialmente de manifiesto en lo referente al carácter supuestamente antitético que dichas concepciones le atribuyen al artista en relación a la categoría de fuerza de trabajo. El escritor de ficción televisiva como trabajador artístico inserto en una realidad productiva marcada por una significativa poliactividad y un alto nivel de

empleabilidad que subraya el carácter polivalente de unos trabajadores orientados hacia la disponibilidad más que hacia la especialización, constituye la encarnación paradigmática del concepto de fuerza de trabajo entendido como la suma de todas las actitudes físicas e intelectuales existentes en la corporeidad humana (Marx, 1984). Dicha noción implica la idea de fuerza de trabajo como potencia indeterminada de producir, es decir, capacidad genérica que no está prescrita a una especie particular de actividad laboral. Desde este punto de vista, los guionistas colocan completamente la realidad de la fuerza de trabajo a la altura de su concepto: en nuestros días dicho concepto no es reducible a un conjunto de dotes físicas o mecánicas, sino que comprende en sí, a pleno título, la “vida de la mente” (Virno, 2002). Por un lado, esa vida de la mente no es circunscribible al acto de trabajo, tampoco al tiempo y al espacio formal del mismo, sino que coincide con el conjunto de la vida del trabajador: fuerza de trabajo y trabajo son conceptos diferentes (“Quien dice capacidad de trabajo no dice trabajo, como quien dice capacidad de digerir no dice digestión” – Marx, 1984-). Por otro lado, esa vida de la mente resulta inseparable de la persona viviente que la porta: el cuerpo vivo del trabajador es el sustrato de la fuerza de trabajo, que de por sí no tiene una existencia independiente. De esta manera, tal y como hemos apuntado ya en páginas anteriores, la vida del guionista en su conjunto posee un valor directamente productivo y se constituye en tabernáculo de la potencia de trabajo. Lo verdaderamente novedoso del caso de los escritores audiovisuales, como del conjunto de trabajadores cognitivos, es que la vida mental corporeizada no sólo funciona como fuerza de trabajo, sino que se constituye en el capital fijo fundamental de los procesos productivos de los que son sujeto.

A pesar de ello, las construcciones ideales de la figura del artista, como ocurre con todas las representaciones sociales, por poco que describan la realidad y la complejidad del trabajo artístico, mucho menos la

materialidad de la actividad de los guionistas televisivos, contribuyen decisivamente a orientar la acción de los actores sociales, proporcionando interpretaciones del mundo, escalas de valores y modos de comportamiento predeterminados. Desde este punto de vista, como señala Pasquier (1995), el universo cultural del trabajo artístico no tiene por qué corresponder obligatoriamente con el universo cultural de referencia de sus actores, es decir, la materialidad concreta de la actividad profesional de los escritores televisivos no tiene por qué concordar con las construcciones mentales, las imágenes y las representaciones del trabajo artístico y de sí que tienen tanto dichos escritores como el universo de la industria en la que trabajan. Pese a lo alejado de la realidad de la narrativa televisiva de los marcos conceptuales derivados de las concepciones románticas de la actividad artística, dichas concepciones poseen un efecto reseñable sobre la relación que los escritores de contenidos televisivos mantienen tanto con su actividad profesional, como con el resultado de la misma. Uno de los elementos más interesantes en este sentido es el hecho de que la base fundamental de dichas concepciones es vivida hoy en día por los guionistas como indisociable y constitutiva de la realidad y del horizonte de su actividad artística. Prueba de este extremo es un fenómeno que ya hemos reseñado en páginas anteriores: el deseo de fuga hacia otros campos de actividad profesional con un mayor reconocimiento social, fundamentalmente el cine. Como hemos comentado ya al analizar esta inclinación de una parte significativa de los escritores de ficción televisiva, lo que activa el deseo de dar el salto al campo cinematográfico es una verdadera lógica cultural: dejar la televisión por el cine es dejar un medio que es menospreciado, por otro que tiene la etiqueta de artístico y ofrece prestigio social. Esa distancia en la representación del medio televisivo y del medio cinematográfico encuentra su origen, precisamente, en una de las bases de las concepciones románticas de la actividad artística: la idea de un arte

auténtico, alternativo, contrapuesto y de orden superior a una cultura de masa organizada de manera industrial como entretenimiento.²³⁷ Sin embargo, igual que hemos puesto de manifiesto que la materialidad del trabajo de los guionistas no varía notablemente de la televisión al cine, la distinción entre cultura y entretenimiento constituye más un posicionamiento ideológico, que conlleva la articulación de una distancia social elitista, que una descripción de la realidad: el entretenimiento es parte integral de la cultura de cada sociedad, una necesidad cultural que afecta a todas las capas de la población (Romano, 1998). En este sentido, la denominada “cultura de masa”, en toda la compleja serie de sus articulaciones territoriales y mediáticas, no es una cultura diferente u “otra”, menos la componente “inferior” de un sistema bipolar imaginario, sino que, al contrario, constituye propiamente la esfera de nuestra cultura (Brancato, 2007).²³⁸ Esta importante premisa se pone de manifiesto si pensamos en el caso concreto de la ficción televisiva, en la que, en gran medida, se representa nuestro tiempo, es decir, se articulan construcciones y narrativas de los modos de vida y las relaciones sociales actuales que poseen un efecto significativo en la formación social de la subjetividad, ya sea mediante relaciones de indentificación o de conflicto de los públicos con esas representaciones.

- *Nodo de ruptura 3:*

Los procesos de estandarización y serialización que han marcado la evolución de la escritura de contenidos de ficción televisiva, así como la plena inserción de la misma en una lógica empresarial de

²³⁷ Sobre este asunto se puede consultar la entrada del inventario: “Desartistización/Artistización”.

²³⁸ “Lo es porque expresa el más alto grado de sincretismo para el más alto número de subjetividad, como se deduce de la lectura de maestros de la sociología como Benjamin, McLuhan o Morin. Lo es porque logra contener en sí el entero efecto de la modernidad, con su carga de conflictos y sus incesantes dinámicas de transformación (...) Lo es porque representa la cultura en la edad de las masas, es decir, de un objeto extremadamente incómodo de considerar, del que sin embargo no podemos continuar apropiándonos solamente en sus aspectos teóricamente más “gratificantes” e ideológicamente instrumentales” (Brancato, 2007).

organización, ponen de manifiesto lo errado de la idea de las concepciones tradicionales del trabajo artístico según la cual existiría una imposibilidad ontológica para la racionalización de las actividades artísticas. A tenor de estas concepciones, el control sobre dichas actividades resultaría imposible debido a la libertad y a la irrenunciable autonomía que requeriría el trabajador artístico en la creación de su obra. Si la noción tradicional de control en el seno del *management* empresarial bascula sobre los conceptos de objetivos y de normas, tal y como apunta Chiapello (1997), dicha noción resultaría incompatible con una idea de creación que implica precisamente que no es posible preestablecer los objetivos y la norma de dicha creación más allá de la voluntad y la libertad del propio creador. Sin embargo, tal y como señala la propia Chiapello, esta idea de antinomia entre trabajo artístico y control es en realidad un conflicto de imágenes ideales: a una cierta idea del arte le correspondería una cierta idea de control. En este sentido, los escritores de ficción televisiva vendrían a confirmar esta posición, subrayando la distancia existente entre las realidades del trabajo artístico y las imágenes ideales del mismo: los guionistas desarrollan su actividad creativa en el seno de un régimen productivo estandarizado y sujetos a los objetivos y las disposiciones normativas de las organizaciones empresariales que contratan sus servicios. Pese a la autonomía implícita en algunas fórmulas de articulación de su relación con el empleador, el escritor siempre se confronta con una dinámica de control y de *management* sobre su actividad.

La distancia de la narrativa televisiva con las concepciones románticas y tradicionales de la actividad artística y del trabajo creativo, sobre todo en lo referente a su supuesta relación conflictiva con la lógica de la sistematización y el sentido heterodeterminado, se relaciona directamente con la cualidad de la evolución histórica de la propia narrativa televisiva en España. Dicha evolución viene determinada por el salto desde una configuración concreta del trabajo de

guión a partir de un esquema artesanal basado en la figura del escritor individual, hacia el modelo más abstracto de una fábrica compleja, fluida y socializada, como elemento sustancial y decisivo de un proceso general de sistematización y serialización de todo el ciclo de producción de contenidos de ficción televisiva. Los propios guionistas expresan claramente el carácter sistematizado de su tarea, evidenciando con su discurso una percepción de la narrativa televisiva que la aproxima a los cánones de la organización industrial tradicional:

“(...) Es un poco, no sé, digo yo, como fabricar un coche. Claro que tú no aprietas tornillos, o sí, no sé... (risas), pero es que está todo muy medido, muy... establecido. Todo tiene su tiempo y tiene sus fases. Antes de sentarte a dialogar hay un montón de cosas que se hacen, o sea, que uno no se pone a escribir un guión y ya está, sino que hay un sistema anterior que lo hacemos entre todos”.

[Entrevista 7]

“Está ya todo inventado, hay tres o cuatro cambios de una serie a otra, pero en realidad siempre es lo mismo. Esta es la segunda serie por la que paso y antes he estado en entretenimiento y es lo mismo. Cuando ya llevas tiempo hasta pones el automático y escribes, porque va solo”.

[Entrevista 11]

“Claro, la gente se cree que un guionista es un tío así como el Stephen King, despeinado y solo con su máquina de escribir, bueno ahora con su portátil, ¿no?... Nada de eso, aquí está todo organizado y tiene un esquema fijo que tiene sus tiempos, su manera de hacer las cosas, su desarrollo... Se va por pasos hasta completar todo el camino. Eso es un guión, ¿no?: como un camino, pero que no te lo inventas tú, que ya está ahí. Primero te juntas para pensar la temporada, se crean los personajes y lo que les pasa, luego se reparten los capítulos, luego tienes que buscarte las tramas y escaletar, un montón de cosas que tienen como sus reglas y no te las puedes saltar”.

[Entrevista 6]

Lo que la pauta general de escritura sistematizada cuestiona es fundamentalmente el control integral e individual de un solo sujeto concebido como autor de una obra, descomponiéndose en tareas diferenciadas un proceso productivo que deviene eminentemente colectivo. La imagen de un autor como

sujeto único de la creación y composición de los contenidos narrativos, propia de la ficción televisiva en España hasta la liberalización del sector audiovisual y encarnada paradigmáticamente por figuras como Antonio Mercero²³⁹ o Ana Diosdado²⁴⁰, se disuelve en un sujeto colectivo generalmente anónimo para el gran público. La descomposición de un proceso productivo que antes era concebido como unitario, incluso cuando se desarrollaba de manera colectiva, puesto que siempre primaba una lógica de control del autor sobre la obra, da lugar a una relativa división del trabajo de escritura, con la emergencia de nuevas tareas y nuevos puestos (tramistas y documentalistas, dialoguistas, coordinadores de guiones, etc.), así como produce un relevo generacional a través del cual se sustituye la vieja figura del guionista-autor por una nueva cuenca de escritores jóvenes ajenos a las prerrogativas tradicionales de la vieja narrativa televisiva.²⁴¹

Desde este punto de vista, la estandarización y sistematización de la escritura de contenidos para televisión se presenta como un proceso integral y complejo que afecta al menos a tres órdenes diferentes:

a) *Orden del proceso productivo*

Como ya hemos apuntado se descompone y adquiere un carácter colectivo, abriéndose al desarrollo de una división del trabajo que no sólo rompe con la deriva unitaria e individual de la actividad, sino que establece distinciones y jerarquías entre puestos y tareas diferenciadas.

²³⁹ Director y guionista de cine y televisión, conocido sobre todo por sus series *Crónicas de un pueblo* (1971), *Verano azul* (1981) y *Farmacia de guardia* (1991), así como por su premiado telefilme *La cabina* (1972).

²⁴⁰ Actriz y escritora, responsable de contenidos de ficción para televisión como *Yo, la juez* (1972), *Juan y Manuela* (1974), *Anillos de oro* (1983) o *Segunda enseñanza* (1986).

²⁴¹ Ya hemos apuntado en páginas anteriores que los tramistas y documentalistas son los responsables de proponer ideas para crear y desarrollar tramas e historias, ya tengan éstas un carácter episódico o sean hilos de los que se tiran durante toda una temporada de episodios. Su labor consiste en un rastreo sistemático de fuentes de información como Internet, periódicos, revistas, etc., en busca de sucesos y noticias que puedan inspirar una trama o una historia. Por su parte, un dialoguista es un escritor especializado en la confección de los diálogos que componen un guión y van tejiendo la evolución de la historia y las relaciones entre los personajes. Existen, sobre todo, en grandes producciones y en el mundo de las series de televisión.

b) *Orden del producto*

Sujeto a una dinámica generalizada de serialización moldea su forma y su contenido en torno a cánones y patrones de estandarización. Por un lado, los productos de ficción televisiva se sujetan a fórmulas fijas que imponen reglas en torno a formatos establecidos y coordinadas espacio-temporales que condicionan la duración y la ubicación en las parrillas de programación de las cadenas de televisión, así como el tipo de cadena al que va destinado el producto. Por otro lado, los grandes temas del imaginario que nutren los contenidos de la ficción televisiva se constituyen en función de estereotipos y de arquetipos que se transportan y se modifican en base a criterios estandarizados. Como dice Morin (1962) parafraseando a Wright Mills, “la fórmula reemplaza a la forma”. Conviene apuntar que los formatos a los que se ajustan los contenidos de ficción televisiva implican patrones en cuanto a la duración de los episodios, la franja horaria de la emisión televisiva a la que se adaptan e incluso el tipo de cadena para el que son adecuados. El desarrollo de los canales temáticos de televisión y de la TDT en España ha acentuado todavía más este último extremo: las cadenas se vinculan con temáticas particulares que condicionan notablemente los formatos y los asuntos que abordan las propias series que desarrollan, compran y emiten. Al mismo tiempo, la diferencia entre las cadenas generalistas o las cadenas de TDT también contribuye significativamente a moldear los contenidos de ficción televisiva: las primeras suelen manejar presupuestos que implican mayor nivel de producción de las series. Por otro lado, la orientación ideológica de las cadenas, que se deriva usualmente del gran grupo empresarial de comunicación al que pertenecen, influye notablemente en la configuración de las características del producto serial de ficción que es objeto de su interés: las productoras y los guionistas saben que dependiendo de qué cadena se trate, conviene tratar de venderle unos proyectos de serie de televisión u otros.

c) *Orden de los productores*

Los escritores, protagonistas de la producción de guiones, pasan a organizar en equipo los procesos de escritura de series de ficción televisiva, conformando una suerte de trabajador colectivo y alejándose definitivamente de las figuras tradicionales del autor y del trabajo artístico, presentes en las viejas pautas de la narrativa televisiva próximas a la lógica artesanal. Esta dinámica contribuye decisivamente a la desmitificación subjetiva y objetiva de la actividad artística (Bourdieu, 1971), puesto que con la transformación de las condiciones sociales de producción de los contenidos de ficción televisiva los escritores ocupan una posición subordinada a las directrices y a los criterios de las empresas productoras de dichos contenidos, a las cadenas de televisión y a los imperativos que dicta la competencia en el mercado. En un contexto de este tipo, la escritura aparece atravesada por relaciones de fuerza y de dominación que se diseminan por la cotidianidad de las relaciones de trabajo en los ciclos de producción de contenidos de ficción televisiva. Siguiendo la lógica analítica que propone Becker (1988) para el conjunto de las actividades artísticas, resulta interesante señalar que dichas relaciones en numerosas ocasiones son susceptibles de ser interpretadas a través del concepto de convención, más que de la categoría de conflicto. A partir de esta lógica, la producción cultural resulta de una acción colectiva que implica diferentes actores sociales llamados a cooperar juntos sobre la base de un cierto número de procedimientos convencionales, comunes a los miembros del proceso cooperativo. Según Becker, estas convenciones se ejercen a todos los niveles, de la producción al consumo, variando de un campo de actividad artística a otro. Sin embargo, el hecho de que exista una matriz de cooperación no implica que los intereses de los diferentes agentes coincidan en todo momento. Por el contrario, los conflictos entre los diversos interlocutores no sólo son frecuentes, sino que poseen una naturaleza constitutiva de los procesos del trabajo artístico.

Sin embargo, el nivel de racionalización de la narrativa televisiva que expresan la sistematización y estandarización del proceso de producción y de su producto a partir de los tres elementos que acabamos de apuntar, genera un efecto paradójico en relación a su supuesta industrialización: al mismo tiempo que aparentemente acerca el trabajo de los guionistas de ficción televisiva a parámetros industriales, lo separa de otras industrias culturales. De hecho, como apuntan Beaud, Flichy y Sauvage (1984), a diferencia de otras industrias culturales, la televisión constituye una industria en sentido propio, puesto que el carácter integral de su orientación industrial implica no solamente la estandarización de sus productos o la racionalización de las técnicas de distribución de los mismos, sino la sistematización del proceso de producción en su conjunto. Mientras que existen bienes culturales que se mueven en parámetros propios de la actividad artística tradicional y, de esa manera, la técnica industrial posee un carácter exterior a su objeto (Adorno, 1964), en el caso de la ficción televisiva se observa una lógica de estandarización y sistematización que no sólo es parte integrante de un proceso global de producción, sino que resulta interior al objeto. Pensemos por ejemplo en el caso de la mayor parte de la producción literaria o musical de carácter tradicional. En el proceso clásico de producción de un libro o de un disco podemos distinguir entre producción del contenido y producción del soporte como esferas que, lejos de compartir una misma racionalidad productiva, operan la mayoría de las veces de manera asimétrica: mientras que el contenido se elabora generalmente según patrones que remiten a una práctica creativa ajena a los cánones de la racionalidad industrial, el formato o las pautas de su distribución poseen un carácter netamente industrial. Un ejemplo de esta pauta productiva asimétrica es el caso de un grupo profesional de música dentro de una dinámica tradicional de producción musical: el grupo genera sus canciones de manera artesanal en su local de ensayo, para que luego sean fabricadas, distribuidas y comercializadas de forma industrial. En el caso de la ficción televisiva, por el contrario, la gestión y la aplicación de medios técnicos y económicos resulta inseparable de los recursos intelectuales y del

trabajo creativo en sí mismos: los unos y los otros aparecen integrados en un mismo sistema institucional y en un mismo proceso de producción (Beaud, Flichy y Sauvage, 1984). Desde este punto de vista, mientras el trabajo artístico en su desarrollo concreto resta exterior al aparato técnico-institucional de la industria en el caso de las dinámicas tradicionales, que hoy catalogaríamos como arcaicas, de determinadas industrias culturales, la escritura de ficción televisiva implica una integración del proceso de trabajo y del trabajador en una lógica aparentemente industrial de racionalización, estandarización y sistematización.

3.3.1. ¿Una escritura verdaderamente industrializada?

No obstante lo argumentado hasta el momento en torno al carácter heterodeterminado, sistematizado y estandarizado de la narrativa televisiva, coordinadas de una frecuente asimilación de la escritura de ficción para televisión a cánones plenamente industriales, resulta imprescindible que nos detengamos ahora a matizar en profundidad precisamente la condición supuestamente industrial de la escritura de ficción televisiva actual. En este sentido, pese a lo que apuntan algunos autores (Brancato, 2004 y 2007; Conor, 2010) y a tenor de sus pautas generales de producción en el caso español, los contenidos de ficción para televisión descansan en una configuración del trabajo de escritura que presenta un carácter industrial profundamente anómalo y meramente relativo, tanto en relación a la dimensión concreta de la actividad laboral de los escritores televisivos, como a las formas de articulación de su trabajo en tanto que forma de mediación y relación social.

Desde este punto de vista, cuatro serían los elementos que distanciarían la escritura de ficción televisiva de los parámetros tradicionales y convencionales del trabajo industrial: 1) una ruptura ambigua con la lógica artesanal; 2) un carácter fluido de la actividad que desborda los tradicionales marcos espacio-temporales del trabajo industrial; 3) una cualidad de la cooperación que difiere de la cooperación productiva propia del modelo industrial; y 4) el carácter paradójico de un proceso de virtual industrialización en un contexto socio-histórico de ruptura general con los elementos fundamentales del paradigma industrial. Con el fin de argumentar convenientemente nuestra propuesta de disonancia de la narrativa televisiva en relación a los parámetros tradicionales del orden industrial, conviene que desarrollemos con un cierto detenimiento cada uno de los cuatro puntos que acabamos de reseñar:

1) *Una ruptura ambigua con la lógica artesanal*

Pierre Rolle (1988) ofrece una radiografía sociológica del trabajo

artesanal que resulta muy útil a la hora de visualizar el carácter ambiguo de la ruptura de la escritura televisiva con las pautas de trabajo de los guionistas anteriores a la liberalización del sector audiovisual en nuestro país. Siguiendo el análisis de Rolle podemos ir trazando las coordenadas del carácter ambiguo de la relación entre escritura televisiva y lógica del trabajo artesanal:

- a) En el taller artesanal el acto de trabajo constituye una conducta del trabajador y, al mismo tiempo, la operación primordial a partir de la cual se puede reconstituir la organización de su taller, de tal manera que dicho acto agota y expresa fielmente todo el saber del trabajador, un saber que se adquiere por la experiencia, en una dinámica de competencias en la que la preparación del trabajador y el ejercicio del trabajo se confunden totalmente.

El acto de trabajo propio de la narrativa televisiva actual contrasta con esta determinación del trabajo artesanal, puesto que no expresa ni agota el saber del trabajador: el guionista posee una constelación de saberes y de competencias que trascienden el campo de la escritura televisiva y que escapan absolutamente a la cualidad de la prestación laboral concreta en la que se ponen en juego. El escritor televisivo no sólo constituye un sujeto productivo polivalente, sino que encarna una fuerza de trabajo operativa en diversos procesos productivos y en campos muy diferentes. Sin embargo, de manera simétrica a la lógica artesanal, los escritores de ficción televisiva ponen de manifiesto una relación directa entre preparación y ejercicio del trabajo: por un lado, la disociación entre titulaciones académicas y campo de la escritura televisiva, significativa en el caso de los guionistas de nuestro país tal y como hemos visto en páginas anteriores, vincula directamente el aprendizaje de la profesión con la experiencia directa de trabajo; por otro lado, el carácter eminentemente productivo de los ciclos formativos y de autoaprendizaje de los escritores audiovisuales indica

una hibridación absoluta entre preparación y trabajo, hasta el punto de no poder trazar claramente una línea divisoria entre tiempos y espacios de la formación y tiempos y espacios del trabajo, como hemos puesto de manifiesto también en páginas anteriores al analizar el simultáneo carácter formativo y productivo que para los guionistas poseen las prácticas de consumo cultural.

- b) En el taller artesanal la operación se despliega al ritmo del individuo y no se orienta más que por la imagen del objetivo final, del producto deseado. El artesano sólo puede operar si conoce el uso de su producto y, consecuentemente, el grupo que lo va a utilizar. En este sentido, el trabajador está en situación de coordinar y de arbitrar las necesidades del consumo y las necesidades de la producción, que no se pueden autonomizar, mucho menos oponer.

Por el contrario, y a pesar de las significativas cotas de autonomía de las que goza en muchos casos el guionista en el desempeño de su actividad laboral concreta, la dinámica actual de desarrollo de la escritura televisiva implica que el escritor no sólo no determine unilateralmente el ritmo de la operación, sino que su actividad se sujete a los tiempos del empleador o del cliente, así como a los ritmos que determina el desarrollo del ciclo completo de fabricación de un producto serial de ficción televisiva: la escritura aparece encadenada a los otros segmentos que conforman la cadena productiva del producto en una lógica secuencial definida por la triada *preproducción-producción-postproducción*, propia del conjunto de los productos audiovisuales, y en la que el trabajo del guionista se situaría fundamentalmente en el primero de los eslabones.²⁴² Decimos que el trabajo de los escritores de ficción televisiva se sitúa fundamentalmente, y no completamente, en la fase de preproducción

²⁴² Sobre la triada “Preproducción-producción-postproducción” se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

porque en determinadas pautas de organización de los procesos de fabricación de series de televisión los guionistas participan igualmente en la fase de producción a través de actividades como la lectura de los guiones con el director, los actores y actrices, así como con parte del equipo técnico de rodaje. En algunos casos, los escritores también participan en la fase de producción mediante la reescritura *in situ* del guión al mismo tiempo que éste se rueda. De igual manera, en algunas producciones y empresas los coordinadores de guión, es decir, los responsables y representantes de los equipos de guionistas, participan en la fase de postproducción, al ser consultados durante el montaje y la edición de los diferentes episodios que componen la serie en la que trabajan. Igualmente, en numerosas ocasiones los escritores son empleados en la fase de postproducción en la redacción y confección de las sinópsis y de las notas de prensa de la serie en la que trabajan, materiales que son utilizados por las cadenas que emiten el producto para la comunicación y la promoción del mismo.

Sin embargo, al igual que el artesano, el guionista conoce el uso del producto que fabrica y forma parte del grupo que lo va a consumir, es decir, el escritor de ficción televisiva es un *sujeto reversible*: él es también público de la ficción televisiva.²⁴³ La diferencia con el orden artesanal estriba en el hecho de que las necesidades de la producción y del consumo de contenidos televisivos poseen un carácter autónomo y que el escritor sujeta su actividad a los designios y decisiones de las cadenas y de las empresas productoras, que en general, y aún respirando con el mercado, convierten los públicos en audiencias, moldean el gusto y definen los contenidos en base a patrones que responden fundamentalmente a sus intereses. Por otro lado, al igual

²⁴³ Tomamos el concepto de *reversible* en dos de las acepciones fundamentales que indica el diccionario: como un sujeto móvil que cambia de una posición a otra y que tiene la capacidad de volver a su estado o condición anterior; y como lógica en la que el movimiento de una de las partes causa el movimiento de otra, y a su vez, moviendo esta última, es posible producir el movimiento de la primera (Real Academia de la Lengua Española, 2001).

que ocurre con la actividad de corte artesanal, la escritura de ficción televisiva se orienta por la imagen del objetivo deseado, del producto final. Al contrario del trabajo parcelado propio de la cadena industrial, los guionistas trabajan precisamente en la configuración virtual del contenido de un producto que se actualizará a través de la traducción de su texto a imágenes y sonidos, es decir, se trata de trabajadores que crean la imagen del objetivo deseado y trabajan con ella en todo momento, en un proceso creativo que origina e imagina un producto final que orienta el proceso completo de su actividad laboral.

- c) A diferencia del orden artesanal, en el que existe una unidad sintética del oficio y el puesto no puede ser definido fuera del individuo que lo ocupa, los escritores televisivos están sujetos a una intensa empleabilidad que descansa sobre una diferencia neta entre trabajo y fuerza de trabajo. Sin embargo, al igual que ocurre en el orden artesanal, la división del trabajo en la narrativa televisiva constituye un orden más que una fragmentación, es decir, la división posee un carácter orgánico, en el sentido de que cada uno de los puestos reenvía al conjunto o los refleja. Incluso la actividad más simple no resulta operativa si no prepara las siguientes y se articula con ellas. Desde este punto de vista, de manera simétrica al funcionamiento de un taller artesanal, en el que la actividad está controlada por el trabajador más experto en base a su familiaridad con el conjunto de las tareas, en el seno de los equipos de guionistas las tareas son monitorizadas y supervisadas por el coordinador de guiones, que funda la legitimidad de su posición directiva en su experiencia y su conocimiento sobre el conjunto del proceso. Parafraseando a Rolle podemos decir que, al igual que en el taller artesanal, en la escritura de ficción televisiva el trabajador es el jefe y el instructor del trabajador, siendo el operario completo aquel que puede dirigir la totalidad de la fabricación de un guión, en base a una experiencia que

le ha hecho pasar por todos los puestos. Al mismo tiempo, conviene señalar que el carácter orgánico de la división del trabajo en los equipos de guionistas, es decir, el hecho de que constituya más un orden que una fragmentación, se subraya por la naturaleza eminentemente relativa que la propia división del trabajo posee en la fabricación de guiones de ficción televisiva en nuestro país: en general todos los escritores participan de todas las tareas. Desde este punto de vista, la fragmentación del trabajo de guión no remite tanto a una división del trabajo como una descomposición del mismo. Esta circunstancia acerca la narrativa televisiva a la lógica artesanal porque en determinadas condiciones el equipo de trabajo puede reducirse sin ningún problema a un solo miembro.

- d) Al igual que ocurre en el orden artesanal, en la escritura de ficción televisiva la autonomía, la responsabilidad, la autoridad y la remuneración del trabajador aumentan en relación directa con la práctica y el talento, es decir, las relaciones entre trabajadores son incorporadas al propio trabajo. El prestigio profesional, la experiencia práctica constatable mediante la acumulación de participación en proyectos solventes y de éxito, así como una buena posición relacional en el mundo profesional del guión televisivo, resultan fundamentales para acrecentar la autoridad y la remuneración del escritor. En este sentido, resulta interesante que Rolle relacione directamente esta lógica con la base de un sistema corporativo en la organización de la profesión puesto que, en cierto sentido, el carácter corporativo de las organizaciones de guionistas en nuestro país remite a una defensa de parámetros artesanales para el desarrollo de la actividad profesional, tratando de salvaguardar precisamente la unidad sintética del oficio como un dispositivo técnico y, a la vez, como una colectividad estructurada.

- e) El orden artesanal descansa sobre la unidad primordial del trabajo y del trabajador, a diferencia de la producción industrial, cuya estructura fundamental es precisamente la escisión de ambos elementos. Sin embargo, dicha unidad no supone en ningún caso la emancipación del individuo puesto que la autonomía del artesano en el trabajo es directamente proporcional a la ausencia total de autonomía en relación al trabajo. De igual manera ocurre con los escritores de ficción televisiva, sujetos potenciales de una autonomía reseñable en el desempeño de su actividad laboral, así como de una significativa capacidad de autoorganización de la misma, pero atados al trabajo como dispositivo de mediación para la reproducción y la existencia: la autonomía en el trabajo suprime toda autonomía en relación al trabajo.

A partir de estos cinco nodos de una relación únicamente ambigua de la escritura televisiva con la lógica artesanal podemos dibujar la imagen de una superación relativa de dicha lógica. Pese a que la distancia de la narrativa televisiva respecto al paradigma artesanal clásico es evidente, fundamentalmente por la ruptura de la unidad primordial del trabajador y del trabajo que caracterizó las primeras décadas de ficción televisiva en España, no es menos cierto que el trabajo de los guionistas de televisión no se inscribe plenamente en las pautas tradicionales de la producción industrial, conservando de esa manera trazos de su primigenia naturaleza artesanal. En primer lugar, porque en la realidad del trabajo concreto de los equipos de guionistas no se observa de manera generalizada una división del trabajo verdaderamente efectiva, más allá de la diferencia entre el grueso de los equipos y la figura del coordinador de guiones. En segundo lugar, porque si en la fábrica tradicional las operaciones humanas son aisladas las unas de las otras y articuladas desde el exterior, el trabajo de los escritores de ficción televisiva posee un

carácter cooperativo en el que la actividad de los trabajadores, coordinada y en permanente comunicación, constituye una sinergia colectiva que opera como base del proceso productivo. En tercer lugar, porque al contrario del proceso de trabajo industrial, en el que la fragmentación del mismo en puestos provoca que la coherencia global del propio proceso sea invisible, en la escritura de ficción televisiva el trabajador no sólo posee la capacidad de aprehender y recomponer en todo momento el sentido del proceso productivo en su totalidad, sino que generalmente es capaz de moverse con naturalidad y solvencia por el conjunto de las tareas que componen el mismo.

- 2) El segundo elemento que distancia la escritura de ficción televisiva de los parámetros convencionales del trabajo industrial es *un carácter fluido de la actividad que desborda los marcos espacio-temporales clásicos del trabajo industrial*.

A diferencia de las dinámicas industriales tradicionales de configuración de la prestación laboral, la escritura de ficción televisiva presenta un carácter deslocalizado y ubicuo. En este sentido, la realidad del trabajo de los guionistas de televisión se muestra ajena a dos de los elementos fundamentales que condensan el universo laboral y la lógica productiva del trabajo industrial clásico: la fábrica y la jornada de trabajo, agentes de escisión y delimitación de las prácticas de trabajo en relación al resto de los tiempos y los espacios de la vida del trabajador. Como ya hemos apuntado en páginas anteriores, la actividad laboral de los escritores de ficción televisiva se despliega y disemina por el conjunto de los espacios y los tiempos que configuran los territorios del conjunto de su vida social. Tal y como ya hemos señalado cuando hemos abordado la importancia del espacio urbano en el desarrollo del trabajo de los guionistas, solamente un 21,4% de los escritores consultados en el estudio de la Fundación Autor y ALMA declaraba realizar su tarea laboral en un centro de trabajo formal, es decir, en el espacio físico de una empresa o de la

productora cliente para la que trabajaban. Desde este punto de vista, y a diferencia del trabajo industrial tradicional, la prestación laboral de los escritores audiovisuales atraviesa los espacios y los tiempos de su vida cotidiana, extendiéndose el desarrollo concreto de las *performances* de trabajo al conjunto de la actividad social. Esta ruptura de la narrativa televisiva en relación a las dinámicas tradicionales de la producción industrial puede ser aprehendida a través de una lógica que Andrea Fumagalli (2004) define como el paso de la centralidad productiva del espacio físico-geográfico al carácter vital del campo comunicativo-virtual: el giro del espacio al *hiperespacio*, un campo virtual que no resulta definible mediante límites físicos y que no remite a espacios cerrados ni a tiempos acotables. El guionista que escribe con su ordenador portátil en una cafetería o en una biblioteca, que crea un personaje a partir de su interacción con un familiar o que resuelve una trama de un episodio en base a una situación real vivida por él mientras visitaba al médico o hacía la compra en una gran superficie comercial, ejemplifica paradigmáticamente la cualidad hiperespacial de su actividad laboral. En este sentido, si las cartografías del trabajo industrial tradicional remiten siempre a coordenadas espacio-temporales delimitables y sus trazos se corresponden con una geometría euclídea, la actividad de los escritores de ficción televisiva puede resultar conceptualizable a través de lo que Deleuze y Guattari (1997) denominan como *geofilosofía*: una mirada capaz de descifrar y aprehender una dinámica productiva en la que el trabajo del escritor se funde con el territorio desarrollando una identidad existencial con el mismo y en la que el conjunto de la vida del trabajador se constituye en el tiempo y en el espacio de su actividad laboral.²⁴⁴ Desde este punto de vista, tal y como hemos visto en páginas anteriores al analizar la centralidad que para la narrativa televisiva poseen el espacio urbano y la localización geográfica

²⁴⁴ Sobre la categoría de “Geometría euclídea” en su relación con el fenómeno del trabajo se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario. Sobre el concepto de “Geofilosofía” se puede igualmente consultar el inventario.

en la constitución del trabajo y de los trabajadores, los escritores de ficción televisiva ponen de manifiesto que cuanto más deslocalizado y fluido resulta el trabajo, más necesario es el territorio. La naturaleza de la actividad laboral de los guionistas de televisión indica, paradójicamente, que el despliegue del trabajo por un hiperespacio viene esencialmente determinado por la relevancia de los lugares físicos, en una experiencia de la territorialidad que, sin embargo, adquiere otros sentidos más allá de su materialidad física, jugando un papel determinante las modificaciones que introduce la inmaterialidad de la comunicación: el espacio deviene un factor productivo neurálgico no sólo desde el punto de vista físico-geográfico, sino sobre todo como lugar y *no-lugar* de interacción comunicativa, social y virtual (Fumagalli, 2004).²⁴⁵

- 3) El tercer elemento que distancia la escritura de ficción televisiva de los parámetros convencionales del modelo industrial es *una cualidad de la cooperación que difiere notablemente de la cooperación productiva propia de dicho modelo*.

La naturaleza colectiva y sinérgica de la narrativa televisiva implica que toda modificación sustancial que se opere en la dimensión espacial de la prestación laboral afecte necesariamente a la cualidad de las interacciones que componen el proceso productivo: cuando el trabajo se hace fluido la cooperación también. Si en el paradigma tradicional del trabajo industrial la cooperación productiva tiene su punto de partida en “la reunión de un número relativamente grande de obreros que trabajan al mismo tiempo, en el mismo sitio” (Marx, 1984), la sinergia colectiva que mueve y resulta de la actividad laboral de los guionistas de ficción televisiva desborda los marcos físicos de la empresa y los tiempos formales de la jornada, atravesando campos de relación e interacción que no son reconocidos formalmente como trabajo. El papel de Internet, hiperespacio por

²⁴⁵ Sobre el concepto de “no-lugar” se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

autonomasia, en el desarrollo del trabajo de los guionistas sirve para entender la distancia de las experiencias de cooperación propias de la narrativa televisiva con los parámetros industriales tradicionales: del escritor que coescribe un guión en red con sus compañeros, en una situación concreta de trabajo que implica diferentes ubicaciones físicas y geográficas para cada trabajador, al guionista que se documenta para la elaboración de una trama mediante una interacción social fuera del ámbito formal del trabajo, por ejemplo con su vecina enfermera para asesorarse en la resolución de un caso propio de una serie médica, pasando por el escritor de ficción televisiva que entra en comunicación vía chat con el club de fans de la serie que escribe, estableciendo un intercambio de información y explorando los puntos de vista de los telespectadores acerca de cualquier problemática acerca del contenido del producto. Todos esos ejemplos son actos de cooperación, es decir, constituyen vínculos contruidos por diversos agentes con el fin de contribuir a la realización de una obra común, implicando en su desarrollo relaciones de intercomprensión y de interdependencia, así como la iniciativa de los propios agentes (Dejours, 1993).

Las diferencias notables en relación a las pautas de la cooperación industrial tradicional son el carácter autoorganizado de las interacciones, que las relaciones incluyen a agentes exteriores al equipo de trabajo y que el contexto de desarrollo de los actos cooperativos excede el ámbito espacio-temporal de la empresa y de la prestación laboral formalmente reconocida como tal. Si aceptamos la premisa ergonómica de la necesidad de estudiar el ambiente de trabajo para comprender la actividad y tomamos por buena su definición del contexto de trabajo como el conjunto de los recursos contingentes a la actividad de los operadores empleados para dotar de sentido a la situación de trabajo y para responder de la manera más adecuada posible (Karsenty y Pavard, 1997), observamos que en el caso de la narrativa televisiva el contexto posee una naturaleza fluida, difusa y deslocalizada, coincidiendo con el conjunto del

universo espacio-temporal de la vida social del trabajador y constituyéndose en un factor productivo de enorme relevancia: por decirlo con Marx (1997), “las fuerzas productivas sociales son producidas (...) como órganos inmediatos de la praxis social, del proceso de vida real”.

Desde este punto de vista, el contexto de la fabricación de contenidos de ficción televisiva, lejos de indentificarse con un espacio físico, está configurado por el hiperespacio inmaterial de las formas de vida, los saberes sociales generales, los lenguajes, las estéticas y las formas de subjetivación que circulan, conforman y atraviesan la sociedad misma.²⁴⁶

Al mismo tiempo, el hecho de que la praxis social se constituya en fuerza productiva de la escritura de ficción televisiva implica al menos dos niveles yuxtapuestos de desarrollo de la cooperación: por un lado, la cooperación social directa para la producción del producto y, por otro lado, la cooperación social difusa que produce el contexto social en el que se desarrolla el proceso productivo y que se convierte en fuerza productiva clave en la confección del producto. Ambos niveles se alejan de los parámetros industriales clásicos, en los que la cooperación se circunscribía al marco de la prestación laboral formalmente reconocida como tal, se encerraba entre los muros de la fábrica y aparecía escindida por completo del conjunto de la vida social del trabajador.

Desde este punto de vista, las notables diferencias de la escritura televisiva con la organización industrial tradicional radican en que la fabricación del producto no sólo pivota sobre la cooperación situada de los trabajadores, sino que se extiende hasta comprender el conjunto de la cooperación social que, como *externalidad positiva* para la empresa, produce las formas de vida, los saberes generales, los lenguajes, las estéticas y las formas sociales de subjetivación de las que se nutren el

²⁴⁶ Por “saberes sociales generales” entendemos lo que Marx (1997) denomina “general Intellect”, “cerebro social” o “conocimiento social general”. Sobre la categoría de “General intellect” se puede consultar el inventario.

proceso productivo y el propio contenido del producto.²⁴⁷ De esta manera, mientras la dinámica industrial tradicional descansaba sobre una acción permanente de configuración del medioambiente como fenómeno externo al espacio interno de los procesos productivos, la narrativa televisiva redefine el propio concepto de externalidad: el medioambiente social continúa siendo una condición externa a la empresa, pero se transforma en factor productivo interno al proceso de producción. Dicha redefinición implica, al mismo tiempo, una mutación del propio concepto de cooperación. En este sentido, Marx (1984) nos ofrece una definición de la categoría de cooperación que en contraste con la realidad de la narrativa televisiva desvela el alcance de dicha mutación:

“Como personas independientes, los obreros son individuos aislados que entran en relación con el mismo capital, pero no entre sí. Su cooperación comienza en el proceso de trabajo, pero en ese momento han dejado de pertenecerse. En cuanto ingresan a él, están incorporados al capital. En la medida en que cooperan, en cuanto son los miembros de un organismo activo, son nada más que un modo particular de existencia del capital. La fuerza productiva que los asalariados despliegan al funcionar como trabajador colectivo es, por lo tanto, fuerza productiva del capital”.

La distancia de las pautas actuales de la escritura televisiva respecto de esta descripción de la cooperación productiva es reseñable. En primer lugar, en los procesos de fabricación de contenidos de ficción televisiva la cooperación entre los escritores no comienza en el proceso de trabajo, sino que lo precede y lo desborda, implicando la vida social en su conjunto. En segundo lugar, los trabajadores constituyen individuos que sí entran en relación entre sí: si en el modelo industrial el carácter productivo de la cooperación remitía a una sustitución de la relación entre sí por una relación con el capital, la narrativa televisiva desvela que el carácter productivo de la cooperación se sitúa, por el contrario, en la

²⁴⁷ Sobre las *externalidades positivas* se puede consultar el inventario: “Externalidades”.

instrumentalización de las relaciones entre sí por parte del capital. En tercer lugar, la narrativa televisiva desvela que dicha cooperación, por el hecho de que sus márgenes coinciden con los de la vida social misma, es mucho más que una fuerza productiva del capital, siendo susceptible de generar relaciones productivas más allá de la lógica del propio capital: las experiencias de actividad cooperativa que descansan en la capacidad polivalente y polioperativa del trabajador del guión se manifiestan en proyectos narrativos que sitúan la cooperación social en parámetros diferentes a los de las relaciones mercantiles (colaboraciones con colegas, intercambio de servicios, ayuda desinteresada, actividades colectivas de producción narrativa movidas por una necesidad expresiva, blogs en Internet, etc.).

- 4) El cuarto elemento que distancia la escritura de ficción televisiva de los parámetros tradicionales del modelo industrial es *el carácter paradójico de un proceso de virtual industrialización en un contexto social de ruptura general con los elementos fundamentales del paradigma industrial*.

Nuestra caracterización de la recomposición de los procesos de escritura de contenidos de ficción televisiva en términos de una virtual industrialización se sujeta a dos de los sentidos a los que remite el adjetivo virtual: “con propiedad para producir un efecto aunque no lo produzca” y “que tiene existencia aparente y no real” (Real Academia de la Lengua Española, 2001). Como venimos poniendo de manifiesto, describir el carácter sistematizado y estandarizado de la narrativa televisiva a partir de una definición industrial de la misma resulta inadecuado, no sólo porque la identificación de la escritura para televisión con los parámetros industriales convencionales se muestra incapaz de dar cuenta de la complejidad y de las singularidades que envuelven el carácter sistematizado y estandarizado de su organización, sino porque “lo industrial” como paradigma, como fenómeno social y

como herramienta de adjetivación, no remite únicamente a una pauta particular de organización de los procesos productivos, sino que engloba una dinámica general de articulación de las relaciones sociales y de organización de la vida social: la industria no remite únicamente a una determinada manera de organizar el trabajo, sino a un modo general de constitución de la sociedad, razón por la cual podemos hablar de *sociedad preindustrial* (Marx, 1978; Thompson, 1984), *sociedad industrial* y *sociedad postindustrial* (Touraine, 1969; Bell, 1991): diferentes paradigmas que implican específicas características sociales y formas de organización política y cultural, así como diferentes dinámicas de configuración de la estructura social de la sociedad.

Desde esta premisa, definir simplemente la escritura de ficción televisiva como actividad industrial no sólo resulta inadecuado para la descripción de la organización de su proceso de trabajo, sino que implica obviar en el análisis la estrecha relación existente entre la cualidad de la narrativa televisiva actual y las pautas de configuración de un paradigma productivo y de un contexto social general de ruptura manifiesta con las dinámicas tradicionales de configuración de la sociedad industrial, así como con su régimen de acumulación y sus modos de regulación.²⁴⁸ En este sentido, el desarrollo de nuestra tarea investigadora nos ha indicado que la escritura televisiva puede funcionar, precisamente, como analizador paradigmático de algunos de los parámetros y de las características más significativas de dicha ruptura. Desde este punto de vista, y siguiendo un cuadro metodológico de investigación propuesto por Negri (2003), los guionistas habitan un ecosistema social marcado por vitales modificaciones transversales en cuatro esferas que determinan una diferencia significativa en relación al paradigma industrial tradicional:

- *Modificación de los procesos laborales:*

²⁴⁸ Sobre los conceptos de *régimen de acumulación* y *modo de regulación*, se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

De una fuerza de trabajo abstracta, prácticamente ajena a cualquier cualidad concreta e incapaz de componer la visión completa del ciclo productivo, sujeta a la rigidez de la tarea situada en el tiempo y en el espacio, se pasa a un trabajador capaz de participar y recomponer el ciclo productivo completo en el marco de su actividad, partícipe de dinámicas difusas de cooperación productiva que desbordan la empresa y la situación formal de trabajo, en un régimen bioproductivo que engloba el hiperespacio del conjunto de sus relaciones sociales.

- *Modificación de las normas de consumo y de reproducción social:*

De la concepción y la práctica del salario como anticipación adecuada a la adquisición y al consumo de bienes estandarizados producidos por una industria de masa, a una dinámica variable, intermitente y dislocada de obtención del ingreso que desborda la forma salario y que se corresponde con pautas individualizadas y singulares de prestación laboral y de consumo. Mientras que el desarrollo industrial se apoyó en la relación salarial como dispositivo de reparto de los beneficios de productividad entre capital y trabajo, posibilitando una recomposición dinámica de producción y consumo de masas que tuvo en las políticas públicas el mecanismo continuo de integración social homogeneizadora y de regulación de dicha recomposición, los ciclos actuales de producción de ficción televisiva tienen como contexto un repliegue generalizado de la intervención pública y un giro de sus políticas hacia la producción social de diferencias y la modulación de las mismas en desigualdades, una intensa financiarización del acceso al consumo y a los servicios, así como una violenta ruptura

de los viejos equilibrios en la gestión y distribución de los beneficios de productividad.²⁴⁹

- *Modificación de los modelos de regulación económica y política*

El modelo de Estado intervencionista se ligó al desarrollo de la sociedad industrial como soporte de la actividad productiva y como dispositivo de consecución del pleno empleo y de la asistencia social a través de la consolidación del salario indirecto. La desintegración de dicho modelo se ha ligado, igualmente, a la desintegración del orden industrial: como ya hemos visto anteriormente, el Estado ha redefinido el sentido de su intervención. La dimensión monetaria y los mercados financieros han ocupado definitivamente gran parte del papel del Estado como soporte de los procesos productivos y las políticas públicas han abandonado absolutamente el horizonte del pleno empleo, en una tendencia creciente hacia el desmantelamiento de los dispositivos propios del salario indirecto.

- *Modificación de la composición política del trabajo vivo*

La regulación propia del desarrollo de la sociedad industrial determinó que la expansión del papel del Estado, y en particular de su intervención directa en la regulación del mercado y en el control de porciones importantes del aparato productivo, tuviera como condición necesaria la recomposición política, en sujetos colectivos, al mismo tiempo de las élites empresariales y de los trabajadores: la sociedad industrial necesitó de la emergencia de formas adecuadas de representación política y de integración social de los actores estratégicos (Cocco, 2003). La sociedad industrial jugó su evolución en la combinación de un régimen de

²⁴⁹ Sobre la producción social de diferencias y la modulación neoliberal de las mismas en desigualdades se puede consultar el inventario: “Desigualdades, diferencias, neoliberalismo”.

acumulación con un modo de regulación que favoreció la organización de los trabajadores en sindicatos y partidos, en una mecánica de constitución de la representación política y de gestión del conflicto social a través de la extensión de la racionalidad y de las formas de subjetivación asociadas al dispositivo *negociación colectiva* desde los ámbitos estrictamente laborales al conjunto de la sociedad. La erosión de ese orden de constitución y representación política y sindical del trabajo vivo es uno de los datos fundamentales de los actuales marcos productivos: la crisis manifiesta de las formas de representación política propias del orden industrial se pone de manifiesto en la cada vez mayor distancia de los trabajadores respecto de los partidos y los sindicatos, sobre todo de los segmentos más jóvenes del trabajo vivo, los más golpeados por los procesos de precarización y los más alejados de los parámetros de regulación y de constitución de las pretéritas relaciones de trabajo propias de la sociedad industrial.

A este respecto conviene apuntar que, según el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), el 68,9% de los españoles pensaba en enero de 2007 que los políticos buscan sus intereses personales por encima de cualquiera otra consideración. Al mismo tiempo, el 70% era de la opinión de que los partidos políticos no se ocupan de la ciudadanía y al 32,8% de los españoles, la política le inspiraba desconfianza, al 18,2%, indiferencia y al 16,5% aburrimiento. Sumados todos estos datos, computadas la desazón o el cúmulo de percepciones negativas, resultaba que un 70% de los ciudadanos sentía por los partidos políticos desconfianza, indiferencia o aburrimiento (Asencio, 2007). En 2009, un estudio elaborado por la ONG Transparencia Internacional con información de 69 países, señalaba que los partidos políticos encabezaban la lista de los sectores más corruptos en opinión de

los ciudadanos españoles (Agencias, 2009). En 2010 el Estudio European Mindset señalaba que los españoles suspendían con un 3,1 a los políticos, con un 3,4 a los partidos y con un 4,1 a los sindicatos. El estudio, en el que participaron 21.000 ciudadanos de doce países de la UE, además de Suiza y Turquía, señalaba que esta valoración era similar a la media de los ciudadanos comunitarios. Además, según este estudio solamente un 2,7% de los ciudadanos de la UE pertenecía a un partido político y un 7% a un sindicato. En este sentido, si la tasa de afiliación a sindicatos o densidad sindical, es decir, el cociente entre afiliados reales y trabajadores ocupados, era en España en 1978 del 56,3%, en 1991 había caído hasta el 14,7% y en 2010 era del 17% (Taboadela y Bouza, 1994; Rusiñol, 2010). Este conjunto de datos tuvo su materialización social y política el 15 de mayo de 2011, cuando miles de personas secundaron la acampada de ciudadanos y ciudadanas en la madrileña Puerta del Sol. Desde este punto de vista, una de las frases que ha expresado de manera más integral y sintética el movimiento 15-M ha sido: “No nos representan”. Dicha proposición, repetida una y mil veces, señala ya no sólo la distancia de una parte significativa de la población de nuestro país respecto de la clase política y las élites locales, sino que expresa abiertamente una ruptura con el orden y los agentes institucionales instituidos. Profundizaremos en este asunto cuando abordemos el fenómeno de los públicos televisivos más adelante.²⁵⁰

Desde el mapa que componen las modificaciones del universo industrial operadas en los cuatro órdenes que hemos señalado en las últimas páginas, parece que resulta evidentemente inadecuado despachar la

²⁵⁰ Sobre el movimiento 15-M y su relación tanto con el mundo del trabajo, como con los públicos, hemos desarrollado algunos análisis en dos textos recientes: Lara, 2012; Lara, 2013.

definición de la fabricación televisiva actual de narrativa de ficción con una adjetivación industrial que únicamente remita a un análisis simple de la recomposición del proceso productivo concreto. Mucho más desacertado es definir la escritura de contenidos para televisión como fenómeno productivo que encarna paradigmáticamente la racionalidad industrial tradicional, tal y como algunos autores proponen (Conor, 2010).²⁵¹ Básicamente porque, incluso ciñéndonos al estricto marco del proceso productivo, los parámetros tradicionales del trabajo industrial se muestran incapaces de dar cuenta de un trabajo flexible, polifuncional, que no aparece como elemento específico de una combinación fabril determinada, sino como recurso ligado al tejido social y cooperativo, así como a los niveles de socialización de un trabajador que participa de combinaciones productivas que no sólo aparecen como dadas en el tejido comunicativo de la cooperación social, antes incluso de la movilización de la fuerza de trabajo en la relación salarial, sino que indican además que ya no es la inserción productiva la que legitima la ciudadanía, sino que es ésta última la que hace posible la inserción productiva (Cocco, 2003).²⁵²

La relevancia de dichas transformaciones productivas engarza con una modificación sustancial de los parámetros tradicionales de configuración

²⁵¹ Bridget Conor (2010) insiste especialmente en señalar el carácter profundamente industrial de la escritura audiovisual actual: “La historia del carácter ‘Hollywood-centrico’ de la escritura de guiones ilustra el desarrollo industrial de la escritura e indica que muchas de las rigideces que caracterizan el proceso de trabajo y limitan la autonomía de los escritores individuales pueden ser analizadas al mismo tiempo a través de la historia de la escritura audiovisual en general (...) Los cambios en la organización de la industria cinematográfica han seguido ciertamente cambios significativos en la organización de la producción pero, por decirlo de nuevo, los guionistas no pueden ser analizados como ejemplificación de nuevas prácticas laborales flexibles y postfordistas”. (El subrayado es nuestro).

²⁵² En páginas anteriores hemos hecho referencia a las reivindicaciones y las teorizaciones de una *renta básica de ciudadanía* (Fumagalli, 1999; Raventós, 2001 y 2007; Van Parijs y Vanderborght, 2006) o de una *bio-renta* (Marazzi y Corsani, 2007; Corsani, 2007), entendidas como un acceso a la moneda de carácter universal, incondicional e independiente de la prestación laboral formal del individuo. El hecho de que se haya operado una inversión de los términos en la relación entre participación en la producción y ciudadanía, es decir, el hecho de que ya no es la inserción productiva la que legitima la ciudadanía, sino que es ésta última la que hace posible la inserción productiva, no hace más que subrayar la pertinencia y el sentido de los análisis y las reivindicaciones en torno a la necesidad de una remuneración universal e incondicional del vivir.

de la relación salarial como soporte y dispositivo central de configuración y desarrollo del paradigma industrial. Nuestra propuesta de uso de los escritores de ficción televisiva como analizadores de la crisis de la relación salarial no sólo remite a la constatación de una mutación jurídica en la constitución y regulación de dicha relación, sino al alcance de una verdadera transformación en términos sociológicos. Dicha transformación resulta plenamente visible en el contraste entre las realidades de la escritura televisiva actual y los presupuestos fundamentales de las pautas tradicionales de conceptualización sociológica de las relaciones salariales. Las propuestas analíticas de Pierre Rolle al respecto resultan muy útiles en este sentido. Veamos brevemente el contraste referido a partir de cinco nodos concretos de la propuesta teórica y analítica de Rolle en torno al concepto de relación salarial:

1. *“Vamos a estudiar la relación salarial, es decir, el intercambio de una capacidad de trabajo por una remuneración monetaria. (...) En su definición mínima, un mecanismo social en el que la actividad del individuo es captada bajo la forma de una capacidad de trabajo”* (Rolle, 1988).

Ya hemos puesto de manifiesto y hemos argumentado sobradamente en el curso de nuestro análisis que el escritor de ficción televisiva representa algo más que una simple capacidad de trabajo: encarna en sí tanto el capital variable como el capital fijo básico que se pone en juego en el proceso productivo del que es protagonista. El carácter antropogenético (Marazzi, 2007) y bioeconómico (Fumagalli, 2007) de la escritura de guiones televisivos implica que lo que el trabajador del guión pone en juego en el desarrollo de su actividad profesional no es simplemente su capacidad de trabajo, sino el conjunto de sus capacidades vitales convertidas en fuerza productiva, lo que implica el conjunto de su sociabilidad. En este sentido, es evidente que el trabajador se activa como fuerza de trabajo en base a la consecución

de una remuneración monetaria, pero no sólo en tanto que fuerza de trabajo o, mejor dicho, la “puesta a trabajar” del conjunto espacio-temporal y relacional de la existencia cotidiana del guionista significa que el empleador no sólo compra su facultad de producir en cuanto tal, “la suma de todas las aptitudes físicas e intelectuales que residen en la corporalidad” (Marx, 1984), sino que explota el conjunto del mundo vital del escritor.

Por otro lado, la generalización tendencial de las relaciones de servicio en el seno de la fabricación de contenidos de ficción televisiva provoca una mutación de las relaciones laborales fruto de la cual en numerosas ocasiones el trabajador ya no le alquila su capacidad de trabajo a un empleador, como era el caso de las relaciones salariales decimonónicas, sino que le vende el producto de su actividad a una empresa productora que, a su vez, se lo vende a una cadena de televisión.

2. “ (...) la relación salarial es una operación que sin cesar recrea y extiende sus propias condiciones. Fundada en la distinción entre la propiedad de los medios de producción y la fuerza de trabajo, acentúa esta división por su mismo funcionamiento y acumula en uno de esos polos al capital y en el otro a los trabajadores. (...) la instauración de una relación de dependencia entre el propietario de los medios de producción y el propietario de la fuerza de trabajo no puede comprenderse por sí misma (...) sino que exige distinguir y fijar esos dos papeles complementarios y la existencia previa del modo de utilización del uno por el otro” (Rolle, 1974).

Como hemos señalado en diferentes pasajes de nuestro análisis, y tal y como acabamos de apuntar en el comentario del fragmento anterior, el trabajador del guión es propietario tanto de su fuerza de trabajo como de los medios de producción fundamentales que se activan en el proceso productivo de escritura de contenidos de ficción para televisión. De esta manera, a diferencia de lo que determinan las relaciones salariales tradicionales, se produce una complejización de

la relación entre capital y trabajo en la que la diferencia entre ambas esferas aparece velada por el carácter de capital del propio trabajador. Al mismo tiempo, la relación de poder y de dependencia del trabajador en relación al empleador ya no se juega tanto a partir de la propiedad de los medios de producción, como del patrimonio y el control de las empresas sobre el capital relacional con las cadenas de televisión y con las entidades financieras, elementos fundamentales para la comercialización del producto y para la viabilidad económica y material del proceso de producción del mismo. Al contrario de lo que sucede en el marco clásico de desarrollo de las relaciones salariales, la propiedad de los medios de producción no determina una dependencia del trabajador, sino que se convierte en una vía potencial de independencia: el guionista es dueño de sus medios de trabajo.

Como ya hemos visto en páginas anteriores, como las políticas patronales actuales de control del trabajo vivo, difusas y desterritorializadas como biopoder, se enfocan, precisamente, en cercenar sistemáticamente esa capacidad potencial de independencia mediante la imposición de un régimen de precariedad generalizada que descansa en un secuestro de la moneda y en un ferreo control de la erogación de la renta: una clave básica del control del capital sobre el trabajo vivo de corte cognitario es imposibilitarle la capacidad de liquidez económica, de tal manera que carezca de acceso a medios para el desarrollo independiente de proyectos.

Es importante señalar que la liquidez económica juega un papel fundamental en la producción de series de ficción televisiva. La realización de un proyecto de serie depende, en última instancia, de la capacidad de liquidez de la que dispongan la empresa productora y la cadena de televisión cliente. Desde este punto de vista, la financiación del proceso productivo, en la que juega un papel significativo la consecución de créditos bancarios, constituye uno de

los elementos fundamentales de la actividad empresarial en la fabricación de contenidos de ficción televisiva. Esto es así porque, tal y como apunta Fumagalli (2007) en relación a las dinámicas de financiación de los procesos de producción, “la economía capitalista es una economía monetaria de producción y no una economía de intercambio. (...) Porque el objetivo de la actividad de acumulación es la generación de un plusvalor y no de un plusproducto, es decir, la generación de un beneficio monetario que se concretiza a través de la fase de realización, la economía capitalista es también una economía intrínsecamente monetaria. La caracterización de la economía capitalista como monetaria deriva igualmente de la función desempeñada por la moneda en cuanto moneda-crédito. (...) El motor de la actividad de producción es la actividad de inversión (...) La posibilidad de invertir es una forma de biopoder en el momento mismo en que de tal acto depende el modo y la forma de la prestación laboral. De hecho, la inversión no sólo concede poder sobre las mercancías, ofreciendo la posibilidad de decidir cómo producirlas y a qué precio y cuánta cantidad, sino que sobre todo constituye un dispositivo de control, directo o indirecto –según las características tecnológicas- del trabajo humano vivo y, por tanto, del cuerpo y de la mente de los individuos. (...) La moneda capitalista es, de hecho, el éxito de la relación particular de intercambio entre quien crea moneda (Banca central y sistema de crédito ordinario) pero no la usa y quien tiene necesidad de moneda (sistema de las empresas) pero no puede crearla. (...) La actividad crediticia implica una relación de confianza y reenvía a la moneda como manifestación simbólica de poder y de jerarquía. La incertidumbre sobre el éxito de la financiación convierte el mercado del crédito en estructuralmente inestable. Desde este punto de vista, la evolución de las formas de financiación no es otra cosa que la historia de los intentos de estabilizar, regular y monitorizar la función crediticia y redefinir

constantemente la relación entre el sistema bancario y el sistema de las empresas”.

3. *“El capital existe primero en forma de instalaciones que esperan al obrero; la fuerza de trabajo posee facultades y cualidades que sólo pueden emplearse en la empresa” (Rolle, 1974). “El organismo en el que el tiempo cedido por el asalariado es transformado en trabajo efectivo puede ser un taller, una oficina, un laboratorio, una obra, un hospital y otras muchas cosas. A la forma general de todas esas instituciones la denominamos *ouvroir*²⁵³. (...) De esta manera, partimos de la necesidad de considerar el trabajo asalariado y el *ouvroir* en el que éste se desarrolla (...)” (Rolle, 1988)*

Tal y como han puesto de manifiesto nuestra tarea investigadora y nuestra actividad profesional en el campo de la narrativa televisiva, ni las instalaciones esperan al obrero ni el obrero espera a las instalaciones en el caso de los escritores televisivos: su actividad laboral posee una naturaleza eminentemente difusa, sujeta a un elevado grado potencial de desterritorialización. Al mismo tiempo, las facultades y las cualidades que el trabajo vivo pone en juego en los procesos de producción de narrativas televisivas no sólo no necesitan de la empresa, sino que se emplean en el conjunto de la vida social del trabajador, fuera de la empresa y más allá de la esfera concreta de la relación salarial. Por otro lado, lejos de remitir a una localización física concreta, los contornos del *ouvroir* del guionista coinciden con los contornos de la sociedad misma: la fábrica de la escritura de contenidos de ficción televisiva es una fábrica social y el proceso productivo posee un carácter eminentemente socializado.

²⁵³ Dejamos esta palabra en su versión original en francés porque no encontramos una traducción en castellano que nos satisfaga. *Ouvroir* se deriva del verbo latino *operare* (trabajar, ocuparse, operar, actuar) y designa un lugar de trabajo. Originalmente se refiere especialmente a la sala de un convento en la que las religiosas se reúnen para trabajar en diferentes obras. Igualmente, se usa para definir una suerte de asilo o de taller de caridad en el que jóvenes se reúnen para trabajar bajo la dirección de religiosas. También se nombra con dicha palabra el lugar en el que las damas se reúnen a trabajar por los pobres o a ejecutar ornamentos de iglesia (Académie Française, 1762).

4. *“El salario se define también por un consumo: es la renta la que es gastada para satisfacer las necesidades propias del asalariado, desde la alimentación hasta la educación y el ocio. Nunca se transforma en capital, es decir, que el salario no permite normalmente la adquisición de medios de producción suficientes para que el trabajador se emplee a sí mismo. Si esta condición no se cumpliera la relación salarial desaparecería. (Rolle, 1988). “El salario es una remuneración directa del tiempo gastado en servicio de una institución. (...) El contenido del intercambio entre el asalariado y su patrono consiste en la utilización de la fuerza de trabajo del primero por el segundo” (Rolle, 1974)*

Como hemos visto en páginas anteriores, la conversión del escritor televisivo en capital más allá de su condición de fuerza de trabajo implica un giro en la concepción y el sentido del ingreso económico que le genera al trabajador su actividad profesional: la renta se convierte en inversión para la reproducción y acumulación del capital que el guionista encarna. Del gasto en alimentación o en formación, pasando por la compra de infraestructuras informáticas o por los consumos culturales, el guionista destina una parte significativa de sus ingresos tanto a la inversión en sí en cuanto capital fijo, como a la adquisición de medios de producción. Desde este punto de vista, y a diferencia de la situación que determinan las relaciones salariales tradicionales, la remuneración del trabajador sí se transforma en capital, permitiendo al escritor la adquisición de infraestructuras y medios de trabajo susceptibles de ser utilizados en el desarrollo de dinámicas de autoempleo.

Por otro lado, a diferencia del paradigma industrial clásico, la remuneración que recibe el escritor de contenidos de ficción televisiva no remite al pago directo por el tiempo de trabajo gastado en servicio de una empresa. El carácter fluido y difuso de la prestación laboral de los guionistas implica simultáneamente una dimensión espacial y una dimensión temporal: el trabajo alcanza a confundirse con el conjunto del tiempo de la vida del trabajador.

Desde este punto de vista, como ya hemos apuntado en páginas anteriores, el concepto de jornada de trabajo pierde su sentido y su valor explicativo, del mismo modo que la remuneración se sujeta a un grado elevado de arbitrariedad y se desvincula de cualquier relación con la prestación laboral concreta del escritor.

5. *“(…) el trabajo del individuo está siempre ligado a su cuidado y a su reproducción, la manera de producir y la manera de consumir se corresponden. Pero esta necesidad se realiza a través de formas diferentes”* (Rolle, 1988).

La narrativa televisiva constituye un territorio de visibilización de una mutación decisiva operada en los viejos esquemas industriales de conceptualización de la producción y del consumo como esferas y temporalidades sociales diferenciadas o, por decirlo con Rolle, como “formas diferentes”. Los escritores de contenidos de ficción televisiva personifican paradigmáticamente una figura profesional para la que el trabajo y el consumo se confunden en una esfera constante de hibridación. El carácter eminentemente productivo de sus consumos culturales ejemplifica de manera eficaz el alcance de una mutación que, lejos de constituir un elemento anómalo o desconectado de la realidad global de los sistemas productivos, encarna el sentido general de una transformación estructural de los esquemas propios del orden industrial tradicional. Al mismo tiempo, tal y como apunta Rullani (1998), más allá de la ruptura determinada en el plano de los métodos y de las tecnologías de la producción, dicha transformación se juega en una mutación de la relación general entre producción y consumo: como veremos detalladamente cuando abordemos el análisis de la actividad de los públicos de la ficción televisiva, el consumo muestra una tendencia a hacerse más inteligente y propositivo, a articular necesidades y significados propios, así como a interactuar con la producción para satisfacer

dichas necesidades y significados: no sólo se desarrolla una forma dialógica en la relación entre producción y consumo, sino que el consumo deviene directamente producción.

A tenor de estas consideraciones podemos afirmar que tanto los parámetros de funcionamiento de las relaciones salariales tradicionales, como los presupuestos fundamentales de articulación de las relaciones industriales clásicas, muestran una evidente dificultad a la hora de retener la narrativa televisiva actual dentro de sus coordenadas de constitución y de funcionamiento. La evolución de las formas de organización del trabajo de escritura en los ciclos de fabricación de contenidos de ficción televisiva determina un claro pasaje desde pautas eminentemente artesanales a una dinámica de organización del trabajo basada en una sistematización y una estandarización de las tareas, así como en una descomposición del proceso productivo que reposa en una nueva condición colectiva del mismo. Sin embargo, tanto la novedosa cualidad del trabajador, como la base de flexibilidad, de desterritorialización, de socialización y de descomposición espacio-temporal del proceso productivo, en una palabra, la complejidad que caracteriza a la narrativa televisiva en su cualidad actual, imposibilitan definir su carácter sistematizado y estandarizado a partir de la idea de un mero proceso de introducción de *know-how* industrial.

3.3.2. El proceso concreto de trabajo en la escritura de ficción televisiva

El trabajo es por tanto una forma de actividad intermedia entre la rutina del autómatas y la innovación del genio.

Gabriel Tarde

¿Por qué Los Simpsons tienen 4 dedos y no 5? En un capítulo Bart le dice a Lisa que los humanos del futuro tendrán 5 dedos y no 4... Que curioso, je, je... Saludos!

Ja, ja, ja. Es una convención que tengan cuatro dedos. David Silverman, el director de la película, nos habló de un término que utilizan los animadores: kilometraje de lápiz. Por ejemplo, si haces 20.000 dibujos, los necesarios para un episodio de TV, que es mucho lápiz (por no hablar de los árboles que se han gastado), te ahorras un montón si no dibujas el quinto dedo.

Chat con Matt Groening y Al Jean, padres de *Los Simpsons*, en el *elmundo.es* del 2 de julio de 2007.

No obstante la importancia del carácter abstracto de algunos de los razonamientos que hemos desarrollado en párrafos anteriores, conviene que no perdamos de vista el análisis de los procesos concretos de trabajo, con el fin de aterrizar en la organización del proceso productivo concreto propio de la narrativa de ficción televisiva la descripción más o menos abstracta del salto de un paradigma artesanal a una dinámica estandarizada y serializada de fabricación que articula una realidad productiva compleja, difícilmente aprehensible a partir de los esquemas tradicionales del paradigma industrial. Desde este punto de vista, reconstruir el proceso productivo completo de la narrativa de ficción televisiva mediante la descomposición analítica del proceso en las diferentes fases, procedimientos y elementos que lo componen será el objeto de este apartado. Llegar a entender cómo se fabrican las historias que componen y desarrollan los contenidos de la ficción televisiva de carácter serial en nuestro país, es decir construirnos un mapa pormenorizado y fidedigno del proceso concreto de elaboración de los guiones de las series de televisión, es el objetivo básico que nos ocupará en las próximas páginas. Para ello tomaremos como analizador el caso de la serie *Hospital Central*, cuyo equipo de guionistas

desarrollaba y estructuraba la práctica de su actividad laboral a partir de las siguientes fases concretas de trabajo:

I. *Composición de la estructura de contenidos de la temporada:*

Al inaugurar una temporada de episodios de una serie de ficción televisiva se realiza lo que comúnmente se conoce como “trabajo de pizarra”: en un cuadro representado sobre una pizarra se distribuyen por episodios los personajes y sus continuidades, es decir, los sucesos que componen la evolución en continuidad de cada personaje estable de la serie. Al mismo tiempo, se crean y se distribuyen por episodios las tramas fundamentales que van a determinar el desarrollo de la historia. Generalmente las temporadas están compuestas por unos trece episodios.²⁵⁴

La tarea de pizarra se realiza colectivamente entre todos los guionistas, incluido el coordinador de guiones, que puede participar de manera continua o esporádicamente, monitoreando los avances en el trabajo. A través de la conversación y de la discusión se van elaborando y consensuando los contenidos que se van distribuyendo por el esquema de la temporada. En esta operación, las historias que componen el devenir de la serie en cada temporada se ordenan y jerarquizan, al igual que los personajes y sus continuidades: existe una jerarquía determinada por la importancia de unas tramas y de unos personajes en detrimento de otros.

El trabajo de pizarra constituye una tarea que combina tanto una capacidad inventiva como una disposición distributiva de tiempos, acontecimientos y desarrollos narrativos. Este trabajo se suele prolongar durante un mes y medio aproximadamente e incluye el

²⁵⁴ Las unidades temporales fundamentales en la ficción televisiva de carácter serial son los episodios y las temporadas. Las continuidades funcionan como contenidos temáticos que mantienen la coherencia y la unidad serial entre episodios y temporadas. Para una explicación más detallada sobre el asunto, se puede consultar el inventario: “Episodios, continuidades, temporadas”.

reparto de los capítulos entre los guionistas para su escritura, ya sea de manera individual o en equipo. No obstante, la pizarra constituye un verdadero *work in progress* que permanece abierto a lo largo de los meses de escritura de la temporada de episodios, puesto que se producen numerosos cambios en la estructura inicial motivados por exigencias de producción y de la cadena, así como por vicisitudes de carácter accidental o inesperado: la incertidumbre constituye el territorio fundamental del trabajo de pizarra y de la configuración de la estructura de contenidos de cada temporada de la serie. Es interesante señalar que la gestión permanente de dicha incertidumbre separa la producción serial de narrativa televisiva de los estándares tradicionales de la producción en cadena, en los que el elevado grado de prescripción en las tareas se relaciona con el carácter altamente programable, previsible e indefectible que presenta generalmente el proceso productivo.

En definitiva, el trabajo de pizarra consiste en la construcción de un mapa esquemático de lo que va a pasar en una temporada de episodios, administrando los tiempos y los ritmos narrativos, así como los giros²⁵⁵ y los acontecimientos, en el conjunto de dicha temporada.

II. *Construcción de tramas por episodio:*

Una vez representada en la pizarra la temporada de la serie, se distribuyen entre los guionistas los diferentes episodios que la componen. Los diversos escritores, trabajando solos o en equipo, deben construir y desarrollar los sucesos y las historias puntuales que van a acompañar a los elementos de continuidad diseñados en la pizarra para cada episodio que les ha tocado en suerte: se trata del desarrollo de las tramas que durante el trabajo inicial de pizarra

²⁵⁵ Se conoce como *giro* a aquel viraje o cambio en el argumento de una historia literaria, cinematográfica o televisiva en el que se presenta un vuelco inesperado en la situación que se describe.

solamente se han enunciado, sin elaborar su contenido ni definir su estructura.

El concepto de trama suele entenderse en la narrativa televisiva como sinónimo de intriga, es decir, como la serie de acontecimientos que constituyen el nudo de un argumento narrativo. Desde este punto de vista, una trama es el relato de esos acontecimientos en la forma en la que el narrador los presenta al público. No obstante, una trama no constituye simplemente una sucesión secuencial de acontecimientos, sino una mecánica de conexión entre los distintos elementos que conforman la narración de la historia que se está contando. En este sentido, la trama es el cuerpo de la historia: debe partir y desarrollar un problema o un conflicto que complica la histortia general. Según Barthes (2005), en una trama podemos encontrar las siguientes etapas: situación de equilibrio, pérdida de equilibrio, intentos de recuperación del equilibrio y desenlace (se recupera el equilibrio o no). Dicha lógica narrativa se reconoce en el esquema tradicional de presentación-nudo-desenlace. No obstante, además de la definición clásica del concepto de trama y de su estructura, podemos proponer otros sentidos que resultan útiles para entender el trabajo de los guionistas en el caso de la ficción televisiva. En este sentido, podemos entender la *trama como un tejido*: siguiendo una lógica textil, las tramas constituyen un conjunto de hilos paralelos que van dispuestos en sentido transversal en las piezas de un tejido. Es decir, hilos argumentales, que van combinando procesos y acontecimientos, que van tejiendo *microhistorias* que se van desarrollando en paralelo o mezclando entre ellas para conformar la historia general que se está contando. Como un tejido textil es una tela, podemos articular la tela como metáfora para decir que: a) la trama es la tela que cortar (*la chicha* que contiene la historia); y b) la trama es como una *tela de araña* que el guionista va tejiendo para atrapar tanto a sus personajes como a los espectadores. De esta manera, una trama es siempre un

juego con el espectador: el escritor juega con lo que el espectador cree que va a pasar y lo que luego pasa realmente en la historia, con lo que le va descubriendo y lo que le va escondiendo, dándole datos nuevos o cambiándole la información que tenía. Así, la trama es un complot (implica una cierta premeditación para el engaño) y una conspiración (el guionista respira junto al espectador). Podemos decir que como herramientas de la relación del escritor con el espectador, su funcionamiento se sujeta a una *lógica del don* (Mauss, 2009; Ibáñez, 1992): regalos que el guionista le va haciendo al espectador para dejarle en deuda con la serie y así fidelizarlo.²⁵⁶

Generalmente los guionistas cuentan con la ayuda de unos documentalistas o tramistas que se encargan de elaborar y recopilar propuestas de partida para la elaboración de las tramas. En muchos casos se trata de becarios no asalariados que compaginan esta actividad con los estudios. No obstante, los guionistas se documentan fundamentalmente a través de Internet, de la prensa diaria y de la vida cotidiana. Su labor en la fase de trabajo en la que elaboran las tramas consiste básicamente en hacer de hechos y datos más o menos reales, historias que se ciñan a una lógica televisiva y narrativa de ficción. Esa actividad es esencialmente construir una trama: la recogida, de la realidad o de otros productos audiovisuales, de un acontecimiento y su conversión en una pequeña historia por pasos acorde con el sentido y el espíritu de la serie.

Una vez que los guionistas han elaborado las tramas y han desarrollado las continuidades de los personajes que en pizarra se han definido para el episodio concreto en el que trabajan, el coordinador de guiones revisa las propuestas, pide modificaciones o desecha lo que se le ha presentado, sugiriendo los cambios pertinentes.

²⁵⁶ Sobre la *lógica del don* se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

III. Trabajo de escaleta o proceso de escaletado:

Una escaleta es, textualmente, un “aparato compuesto de un tablón sobre el que se alzan dos maderos con agujeros en correspondencia unos con otros, por los que se pasa un perno de hierro a la altura conveniente, del que se suspende el eje del vehículo para poder voltear las ruedas y limpiarlas, cambiarlas o componerlas” (Real Academia de la Lengua Española, 2001). El uso del término en la escritura de guiones constituye un neologismo, si bien mantiene cierta continuidad con la idea de “eje suspendido”: la escaleta de un guión es un bosquejo mediante la planificación escena por escena del mismo, es decir, el esquema de la estructura de la historia en el que resulta posible realizar re combinaciones de elementos o “voltear las ruedas y limpiarlas, cambiarlas o componerlas”.

La escaleta es el esqueleto del guión: la relación ordenada de secuencias que van a componer el guión de un episodio de la serie. Desde este punto de vista, se trata de la estructura del episodio ordenada en secuencias de las que se enuncia la localización, los personajes y las acciones que tienen lugar en cada una de ellas.²⁵⁷ La escaleta compone el ritmo del capítulo y constituye una distribución de la narración en el tiempo y en el espacio por acciones y personajes a través de un índice cronológico de secuencias.

Debido a que el producto concreto en el que se trabaja tiene características determinadas, no sólo el número de secuencias se mueve entre cantidades ya establecidas, sino que el conjunto del contenido de la escaleta viene determinado estructuralmente por las características del producto que se esté fabricando, es decir, por el tipo de serie de que se trate.

²⁵⁷ Para una definición de las categorías de *secuencia* y *localización* se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

La actividad de escaletado puede ser interpretada como un ejercicio de *cartografía artística*, es decir, no tanto como la construcción de un mapa de geografía, sino más bien como el diseño de un mapa de relaciones en las que se juega una topografía de las fuerzas y de las sensaciones (Deleuze y Guattari, 1994). La escaleta de un guión debe trazar el mapa de las emociones, los acontecimientos, las intensidades dramáticas, los conflictos y las relaciones entre los personajes, por ejemplo. De esta forma, se trata de la articulación estructurada de una verdadera cartografía del contenido sensible de la serie en la que se trabaja. En este sentido, si el tipo ideal de escaleta cinematográfica constituye un mapa del guión, el escaletado en la ficción televisiva remite más a la confección de un puzzle: si el guionista de cine compone generalmente a partir de sí, el escritor de series de televisión imagina y escaleta a partir de las piezas materiales y narrativas a las que le obliga la naturaleza del producto concreto que confecciona. Las piezas que componen ese puzzle suelen ser:

1. *El número aproximado de secuencias:*

Según el formato de la serie que se está escribiendo cada episodio está compuesto por un número más o menos fijo de secuencias.

2. *El uso de los recursos estilísticos ligados al tiempo.*

En general, cada formato de serie se asocia con un código estético y narrativo particular que proscribe y prescribe los recursos estilísticos.

Dichos recursos son:

- *Elipsis*: supresión del tiempo innecesario en la narración de una historia.
- *Flashback*: una ‘mirada hacia atrás’. Se empieza a contar una historia y, en un determinado momento,

se detiene la narración para contar cosas que ocurrieron en el pasado.

- *Flashforward*: altera la secuencia cronológica de la historia, conectando momentos distintos y trasladando la acción al futuro. Se trata de una ida repentina y rápida al futuro de un personaje en una historia. Se asemeja a flashback con la única diferencia que en éste último se conectan el pasado y el presente.

3. *La incidencia de los cortes publicitarios:*

La publicidad impone una lógica de interrupciones ajenas a la mecánica particular del desarrollo dramático del episodio. Para afrontar esta complicación, el guionista desarrolla en el escaletado un orden del episodio por bloques, de tal manera que la interrupción publicitaria en emisión coincida con el final de cada bloque que estructura el episodio. Es interesante señalar que los diferentes bloques constituyen unidades narrativas con principio, nudo y desenlace. Desde este punto de vista, los episodios no son unidades continuas, sino discontinuas, lo que acentúa el carácter serial de la ficción televisiva.

4. *Los límites de la acción creativa:*

En el cine las acciones, las determinaciones y las imposiciones de la producción ejecutiva llega siempre después del guión. Sin embargo, en una serie de televisión sucede precisamente al revés: los requerimientos de producción llegan antes. En este sentido, la infraestructura material fija de la serie le impone al guionista una racionalidad de corte eminentemente económico: una

suerte de gestión de la escasez. La tensión entre el carácter infinito de su capacidad imaginativa y el autogobierno creativo permanente, fruto de los recursos escasos de producción con los que cuenta, es el territorio creativo en el que se juega la labor del guionista televisivo. Los elementos concretos del límite que impone esa escasez suelen ser:

- a) Límite en la gestión de las localizaciones: hay un número fijo de interiores y un número fijo de exteriores.
- b) Límite en la gestión de los personajes fijos y episódicos: los actores y actrices que encarnan los personajes protagonistas suelen fijar por contrato el número de secuencias en los que deben aparecer por episodio. Al mismo tiempo, la producción ejecutiva de la serie trata de ahorrar limitando los actores y actrices que encarnan personajes episódicos (aquellos personajes que aparecen en un único episodio de la serie o que se sujetan a una presencia muy puntual y limitada), así como gestionando económicamente el uso de figurantes, es decir, aquellas personas que forman parte de la figuración, es decir, que son contratadas para que aparezcan en las escenas que requieren de personas que hagan de comparsas o de “extras”: suelen ser mudos porque cobran más si dicen alguna frase.

A partir de este conjunto de elementos, una vez que una primera versión de la escaleta es elaborada por el guionista, trabajando en equipo o en solitario, el coordinador de guiones la revisa e indica cambios de cara a la elaboración de una versión definitiva que orientará la siguiente fase de la elaboración del guión.

IV. *Escritura de diálogos:*

Se suele denominar a esta fase de trabajo “escritura de diálogos” porque en ella se crean las interacciones verbales concretas entre los diferentes personajes a partir de las directrices de contenido y forma que han sido marcadas en la escaleta. Sin embargo, esta fase de la fabricación de un guión televisivo es mucho más que una simple actividad de escritura de diálogos: el guionista define y describe las situaciones, las acciones, los personajes y las localizaciones de manera precisa, traduciendo las ideas generales que se han elaborado en las fases anteriores en elementos e imágenes concretas.

Se trata de la escritura del guión propiamente dicha. Cuando la confección del guión se realiza en equipo, las secuencias se reparten entre los diferentes guionistas y cada uno de ellos se ocupa de escribir las que le han sido asignadas, ensamblándolas posteriormente con las de los compañeros para componer una primera versión de guión. Cada secuencia tiene una duración media aproximada de la que el escritor no se puede exceder, aunque existen secuencias mixtas y simples, según si combinan localizaciones o no. Esa duración se traduce en una extensión física: cada secuencia tiene que sujetarse a un número aproximado de páginas.

Tras una primera revisión por parte del coordinador, los guionistas realizan una segunda versión de guión que se somete al juicio del productor ejecutivo de la serie. La versión definitiva que se entrega a la cadena sale de una reunión entre el productor ejecutivo y el

coordinador de guiones, donde se observan las modificaciones que es necesario realizar en el texto. Esas modificaciones las hace ya el coordinador, que cambia los detalles de diálogo que considera oportunos e introduce las indicaciones del productor ejecutivo. Es frecuente, sin embargo, que los guionistas tengan que realizar modificaciones posteriores de mayor o menor envergadura, ya sea por correcciones exigidas por la cadena o por cambios requeridos por el director de producción, generalmente debido a motivos de presupuesto.

Las diferentes fases de trabajo que acabamos de describir dibujan el contenido del conjunto de segmentos del proceso de producción de un guión de ficción televisiva de carácter serial, componiendo el ritmo de una cadena de actividades que se sitúa en el centro del proceso productivo general de un producto de ficción televisiva: hasta que no hay guión, no hay episodio, así que la eficacia en la fabricación de los guiones representa un punto fundamental del conjunto de actividades que participan del proceso de fabricación de la mercancía televisiva en cuestión.

Como ya hemos apuntado en páginas anteriores, el elemento determinante de la sistematización y estandarización de las tareas ligadas a la escritura de guiones de ficción televisiva es la articulación de un trabajador colectivo que redefine y mete en crisis tanto la figura clásica del autor, como la propia categoría de obra. Tal y como ya hemos visto, el autor, esa figura moderna ligada al desarrollo del concepto de individuo (Barthes, 1984) y al despliegue de su actividad artística bajo cánones lógicos y organizativos de índole artesanal, se diluyen en el carácter colectivo y serial de la actual pauta de fabricación de las mercancías de ficción televisiva. Al mismo tiempo, la serialidad imposibilita la concepción clásica de una obra como algo acabado. La interrelación permanente entre los diferentes guionistas que componen el equipo de trabajo hace que la fuerza productiva fundamental sea la relación dialógica entre ellos, en la que es imposible la

constitución de una enunciación o una textualidad individual que no contenga la voz de los otros (Bakhtine, 1984). Como también hemos señalado con anterioridad, esa sinergia hace fluida y colectiva una autoría a la que resulta imposible individualizar más que a través de un procedimiento formal y altamente artificial.

Sin embargo, y a diferencia de los cánones de la manufactura y de los parámetros industriales clásicos, el trabajador colectivo que resulta de la estandarización y la socialización del proceso de producción de guiones de ficción televisiva, no experimenta el desarrollo pleno y real de una división del trabajo, al mismo tiempo que, como hemos señalado ya con anterioridad, sus interacciones productivas exceden las características de la cooperación laboral en sus concepciones tradicionales. Si bien es cierto que el proceso narrativo aparece dividido en diferentes tareas, dichas tareas no se corresponden verdaderamente con la existencia de diferentes puestos de trabajo encarnados por diferentes trabajadores ligados únicamente al desempeño aislado de una de las tareas.

No obstante, en determinados ciclos productivos y en determinadas industrias televisivas, como es el caso de la estadounidense o la de algunos países europeos, sí se observa una verdadera división del trabajo que parcela notablemente la labor de los guionistas. Para el caso italiano, por ejemplo, Brancato (2007) señala que la escritura de ficción televisiva se organiza en torno a:

- 1) Un primer grupo de creativos con contratos a tiempo pleno, llamados *story liners*, que producen el primer material narrativo trabajando colegiadamente y en el mismo espacio laboral. Ese primer material narrativo comprende una estructura temática y una batería informativa referente a las tramas de continuidad de los personajes de la serie.
- 2) Un segundo grupo intermedio compuesto por trabajadores *freelances*, sin ningún vínculo contractual estable con la empresa, que escribe una primera fase de diálogos, generalmente de manera individual y fuera del espacio físico de la empresa.

- 3) Un tercer grupo, más restringido, de los llamados *script editors*, que son internos a la estructura de la empresa y conforman el grupo estable de guionistas, y que se encargan de corregir y homogeneizar cada guión recibido adecuándolo a las características y la “línea editorial” de la serie.

Como ya hemos comentado, el caso español es, en general, distinto al ejemplo italiano, puesto que resulta común que las diferentes tareas que concurren en el proceso complejo de fabricación de guiones de ficción televisiva sean desempeñadas por los mismos trabajadores, en una política empresarial orientada a la reducción de costes:

“Puf... hacemos de todo, desde trabajo de documentación en Internet, hasta un banco de tramas de donde ir tirando... O también llegamos hasta a escribir las notas de prensa de promoción que luego utiliza la cadena, de todo”.

[Entrevista 17]

“A veces me siento una oficinista, no sé, yo creo que abusan porque no te puedes quejar, pero no es sólo dialogar o currarte el guión y ya está, hay que estar en la pizarra, crear los personajes, sacar cosas de los periódicos o de Internet, a veces escribir cosas que luego se presentan a la cadena, como sinopsis y cosas así. El colmo es lo del product placement²⁵⁸, eso es lo que peor llevo yo de escribir”.

[Entrevista 10]

La inserción de publicidad indirecta de carácter activo representa quizá el extremo de la polivalencia de un guionista que llega a operar como redactor de publicidad. La ausencia de una cualificación reglada y la existencia de un régimen informal de gestión por competencias, así como la falta de un marco jurídico normativo o de un convenio profesional colectivo que defina las tareas y las remuneraciones propias del guionista, hacen que el empresario saque partido de una utilización arbitraria, en numerosos casos abusiva, del trabajo vivo. No

²⁵⁸ Sobre la categoría “Product Placement” se puede consultar el inventario.

obstante la ausencia de un estatuto profesional para el escritor de ficción televisiva, lejos de constituir un caso aislado, el caso de los guionistas se conecta con un contexto social general de desarrollo de una enorme empleabilidad de los trabajadores, es decir, de una intensa movilidad por el circuito de los empleos y de los puestos de trabajo. El paso de un paradigma laboral anclado en la cualificación, que en ningún caso remite a los atributos del puesto de trabajo (Rolle, 1971), a una gestión por competencias, entendidas como combinación de conocimientos, experiencias y comportamientos aplicables y constatables a partir del puesto y la situación concreta de trabajo (Zarifian, 1999), se desarrolla precisamente en un contexto productivo general en el que las empresas exigen a los individuos, en vez de habilidades especializadas, competencias multiespecializadas o interespecializadas (Ibáñez, 1985).

Desde este punto de vista, dentro de la polivalencia y del grado de disponibilidad que se le exige a un escritor de ficción televisiva, las competencias más destacadas se distribuyen a partir de los tipos de actividad combinada que conforman el cuerpo fundamental de la prestación laboral del trabajador. Tal y como señala Brancato (2004), dos son los campos fundamentales de competencia laboral que el desempeño de su actividad le requiere al guionista:

- a) Para el desempeño de las tareas propias del tramista resulta importante tener la capacidad de gestionar líneas narrativas y proyectar historias allí donde solamente hay un dato o un acontecimiento como punto de partida.
- b) Para el desempeño del trabajo de dialoguista es fundamental ser capaz de tejer sobre el esqueleto del tratamiento una red de diálogos que sostenga el cruce de las diferentes tramas, recabando del valor de la palabra los márgenes de una posible originalidad narrativa y, al mismo tiempo, siendo capaz de ordenar en un esquema unitario funcional la pluralidad de textos que componen el proceso.

Al mismo tiempo, al escritor de contenidos de ficción para televisión se le requiere estar en disposición de una suerte de competencias sociales que se derivan directamente de la posesión de un auténtico *capital social* (Jacobs, 1961; Bourdieu, 1980; Coleman, 1988; Bagnasco, 2003), es decir, un conjunto de recursos para la acción que emanan del tejido de relaciones sociales en el que el trabajador está inscrito.²⁵⁹ Sin embargo, se trata de una potencia de interacción cooperativa que aunque es colocada por el guionista en el centro del proceso productivo del que participa, al igual que hace con el conjunto de su vida cotidiana, se origina de una lógica de interacción que no sólo excede los estrechos marcos de la empresa, tal y como hemos visto en páginas anteriores, sino que desborda todo carácter meramente instrumental. En este sentido, la instrumentalización productiva de dicha potencialidad interactiva, es decir, la conversión de la misma en un capital, reconecta de nuevo al trabajador del guión con su deriva empresarial como condición fundamental para el desarrollo de su actividad profesional, puesto que la capacidad de traducir el contenido de sus interacciones y experiencias sociales a materiales de trabajo implica la aplicación de una latente lógica económica de producción y de gestión de dichas interacciones y experiencias como verdaderos recursos. Una lógica económica, por cierto, presente igualmente en el desarrollo de sus competencias directamente narrativas, puesto que el escritor de ficción televisiva debe crear las tramas y las líneas argumentales de sus guiones a partir de los recursos materiales, ideológicos, estilísticos y estéticos que le permiten las características concretas de la serie que escribe, tal y como hemos visto con anterioridad, así como a partir de los requerimientos y el universo tanto de su empleador, como de la cadena-cliente que va a emitir los contenidos que el guionista escribe.

²⁵⁹ Sobre el concepto de “capital social” se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

3.3.3. Cualidades y contenidos de la prestación laboral del guionista: dispositivos y redundancias

Generalmente se suele abordar el enorme impacto social del medio televisivo dando cuenta de ejercicios de medición que cuantifican el carácter de su influencia a partir de variables como el cuantioso número de horas que los públicos pasan delante del televisor, la cantidad de emisores de televisión por hogar y por habitante en una población determinada, las ingentes bolsas de consumidores y usuarios de canales televisivos que se distribuyen por las diferentes cuotas de pantalla o las cada vez más importantes masas de capital y de recursos de todo tipo que la industria televisiva moviliza en el seno del conjunto de las industrias culturales. Sin embargo, una aproximación compleja al impacto social del medio televisivo requeriría de una lógica analítica cualitativa que diera cuenta de su naturaleza como medio de representación, de información y de comunicación social.

En páginas anteriores hemos propuesto la definición de la televisión como un dispositivo de enunciación y una máquina de producción de subjetividad que opera en el centro mismo del desarrollo de lo que hemos nombrado como semiocapitalismo (Berardi, 2007), un régimen de acumulación que descansa sobre la producción global de una suerte de capital-flujo que se concreta, sin materializarse, en dispositivos semióticos. Pese a que el objeto del presente apartado es el análisis de algunas de las cualidades que presenta la actividad productiva concreta de los guionistas ocupados en la escritura de series de ficción televisiva, partiremos de la naturaleza del propio medio televisivo y de sus productos de ficción para proyectar desde ahí el abordaje del asunto. Para ello, iniciaremos el viaje desde dos presupuestos analíticos básicos:

1. La televisión es una máquina que funciona como dispositivo biopolítico que se nutre e interviene en la base social de la actividad perceptiva, sensitiva, afectiva, cognitiva y lingüística, extendiendo de esta manera su

campo de operaciones sobre los resortes mismos de la vida y de la actividad humana.

2. Partiendo de ese primer presupuesto, la actividad laboral de los guionistas de televisión se inserta en procesos de producción maquínica de subjetividad (Guattari, 1990a), dentro de un bucle paradójico explicable a través de la proposición “producción de subjetividad a través de la subjetividad”.

Concebir la televisión como una realidad maquínica implica la necesidad de distanciarse de las definiciones clásicas que conciben la máquina como un objeto técnico cuyos contornos físicos pueden ser determinados objetivamente, señalando claramente su separación respecto de otros objetos y su utilidad en relación a un fin concreto (Raunig, 2010).²⁶⁰ En las dos últimas décadas hemos asistido al desarrollo de lógicas *transmedia* y *crossmedia* que han llevado al medio televisivo a hibridar con otras máquinas de comunicación social en un movimiento de convergencia tecnológica y cultural que hace imposible la determinación de sus contornos físicos concretos, así como la identificación de una utilidad unívoca o su separación de otros medios y canales de comunicación social. Dicho movimiento de convergencia mediática implica tanto la coexistencia de múltiples sistemas mediáticos, como la circulación de los contenidos culturales a través de ellos de manera fluida (Jenkins, 2006a). De esta manera, el concepto de convergencia es utilizado para describir una corriente de cambios sociales, tecnológicos, industriales y culturales que transforman tanto los modos en que los media circulan y se interrelacionan en el seno de nuestra

²⁶⁰ Una frecuente aproximación crítica al medio televisivo es aquella que deriva sus análisis de un ejercicio de reducción de la televisión a un mero objeto técnico mediante su asimilación con el televisor, el clásico aparato de recepción de la señal televisiva. Derivar los análisis del medio televisivo de la idea de que la televisión es un mueble o un electrodoméstico (Alba Rico, 2004; Lizano, 2004) supone ignorar las derivas tecnológicas multimedia que están modificando determinadamente no solamente los aparatos a través de los cuales accedemos a la recepción del flujo televisivo y contribuimos a su producción como públicos, sino los hábitos de uso y consumo de contenidos de televisión que están haciendo de Internet, la telefonía móvil y otro tipo de *gadgets* electrónicos y digitales verdaderas ventanas de acceso a los contenidos televisivos.

cultura, como la cualidad de las interacciones de los públicos con los contenidos mediáticos. Tanto el medio televisivo en general, como los contenidos de ficción televisiva serial y las formas de producción de los mismos en particular, experimentan procesos de transformación que se derivan de la convergencia mediática y del desarrollo de una cultura de carácter convergente.

Por otra parte, y lejos de toda representación mecánica, y por tanto sujeta a una definición meramente técnica y objetiva, la televisión aparece como una potente máquina audiovisual que hace cuerpo con la vida social hasta el punto de confundirse con ella, instituyendo su tiempo, configurando su mundo sensible y hegemonizando sus formas de subjetivación. Su movimiento maquínico es de ida y vuelta: extrae de la vida social la trama en bruto de todos los contenidos que emite y la procesa para devolverla en forma de representaciones y enunciados que configuran comportamientos, imaginarios, lenguajes, disposiciones estéticas y formas de sociabilidad que determinan el desarrollo de la vida social misma. De esta manera, la televisión es una máquina de interpretación y de subjetivación que activa una circulación de doble sentido: extracción de información e inyección de neguentropía²⁶¹ (Ibáñez, 1985). Se trata de un auténtico dispositivo de biopoder: interviene y conforma los modos de vida de las poblaciones. Resulta importante señalar que, al identificar a las poblaciones como el objeto del biopoder, Michel Foucault (2004) apunta que “la población es todo aquello que abarca desde su enraizamiento biológico a través de la especie hasta la superficie de captura que ofrece en su condición de público”. En cuanto tal, reentra en un doble nivel de inversión: en su ‘naturalidad’ y en el nivel de sus comportamientos, sus modos de hacer, sus hábitos y sus opiniones. El biopoder pasa por esta doble captura de la vida: se encarga de los seres humanos en su singularidad y en su conjunto, en su vida biológica y en sus modos de vida. Lo

²⁶¹ El concepto de *neguentropía* proviene de los análisis termodinámicos. La termodinámica clásica sólo podía describir los procesos degenerativos (pérdidas entrópicas). Pero al lado de estos procesos existen procesos neguentrópicos (generativos) encajados en organizaciones y en formas vitales. La “información” se transmite como cualquier otra energía, pero en dos sentidos opuestos: “Información de”, quitada a un sujeto; e “Información a”, es decir, “dar forma a” (neguentropía de un objeto) (Ibáñez, 2001).

reseñable en el caso de los escritores de ficción televisiva serial es que su actividad productiva implica un bucle redundante en el que es, precisamente, la puesta a trabajar de los modos de vida, tal y como hemos visto en páginas anteriores, la que funciona como elemento fundamental en la fabricación de unos contenidos televisivos que modelan los propios modos de vida, interviniendo decisivamente en la configuración de los imaginarios sociales.

En cualquier caso, lejos de la opinión común de autores críticos con el medio televisivo (Bourdieu, 1996; Mander, 1999), la producción de subjetividad propia de la máquina-televisión no puede ser aprehendida en términos de proceso ideológico, sino como capacidad de regulación social de la relación entre tiempo y memoria: la televisión no existe fundamentalmente como máquina de propaganda, ni solamente como dispositivo estético, sino como condición temporal de nuestra sociedad. Desde hace más de cincuenta años, el recuerdo de cualquier momento importante de la historia colectiva remite siempre a imágenes televisivas. La televisión opera precisamente controlando el tiempo de la relación entre percepción y memoria colectiva: constituye el tiempo social.

Maurizio Lazzarato (1996) ha reflexionado sobre la constitución del tiempo social por el medio televisivo a partir de algunas propuestas analíticas e ideas del filósofo Henri Bergson y del cineasta Andrei Tarkovski. Desde su punto de vista, el cine y la televisión operan como máquinas que cristalizan el tiempo (Bergson, 1993). Refiriéndose a los inicios de la composición cinematográfica, el cineasta Andrei Tarkovski dice: “Por primera vez en la historia de las artes y de la cultura, el hombre había encontrado el medio para fijar el tiempo, al mismo tiempo que lo reproducía, lo repetía (...) El hombre estaba en posesión de una matriz de tiempo real. Una vez visto y fijado, el tiempo podía ser conservado en las cajas metálicas, teóricamente para siempre” (Tarkovski, 1993). La diferencia del medio televisivo con la máquina cinematográfica es que la televisión no sólo cristaliza el tiempo real, sino que lo produce. La base técnica de esta diferencia reside en el hecho de que el cine representa la realidad en un tiempo diferido: la

particularidad de su dispositivo tecnológico es la separación del rodaje y de la difusión a través de la práctica del montaje de las imágenes. La televisión, por el contrario, tiene la capacidad de operar en tiempo real a través del directo. Ya no se trata de dotar de movimiento y duración a las imágenes, sino de producir y modular con imágenes el movimiento mismo del flujo temporal. Para Lazzarato (1996), “la televisión es el custodio del tiempo y funciona como una memoria ‘social’ en sus dos formas que conocemos, de la conservación y de la constitución del tiempo. (...) El desarrollo espectacular de la televisión es contemporáneo a la subordinación del tiempo de la sociedad al tiempo del capital. Las temporalidades no capitalistas, que han vivido largamente al lado del tiempo del capital, han sido destruidas y han perdido toda capacidad de determinar la ‘experiencia’ de los hombres. (...) Si la función de la memoria es la de introducir el pasado en el presente, la televisión debe constituir el pasado colectivo para introducirlo en los procesos de producción de la subjetividad. (...) Este trabajo de la memoria televisiva no tiene nada que ver con una mistificación, una propaganda, una pérdida de lo real. Mediante la televisión el poder trata de controlar y de neutralizar la virtualidad social”.

Pese a que los contenidos de ficción televisiva no operan en la lógica del directo, es decir, no remiten a la recreación audiovisual de eventos en tiempo real, la capacidad de las series de televisión para producir y modular con imágenes el movimiento mismo del flujo temporal de la sociedad resulta evidente: las series de televisión intervienen en los imaginarios colectivos hasta el punto de dotar a los públicos de herramientas semióticas y semánticas, así como de marcos de referencia con los que construir su relación con el propio tiempo social que habitan. El creciente influjo social de la ficción televisiva, impulsado por procesos de digitalización de los contenidos televisivos seriales que han facilitado e intensificado el acceso y la circulación de dichos contenidos, resulta medible a partir tanto del ingente cúmulo de espacios y comunidades en Internet que han proliferado en los últimos años en torno al uso y consumo de series de televisión, como a la influencia de sus iconografías y sus universos narrativos en

las pautas y formas actuales de subjetivación social, sobre todo en lo que respecta a las poblaciones juveniles, pero no únicamente. Al respecto es enormemente ilustrador el trabajo de investigación conducido por Henry Jenkins en los últimos veinte años, material con el que resulta posible construir un recuento etnográfico del impacto de los contenidos televisivos en las prácticas culturales y las dinámicas sociales de subjetivación, así como ofrece la posibilidad de visibilizar la densa trama de conflictos que caracteriza la difícil relación entre los públicos y las pautas capitalistas de articulación y mercantilización de los bienes culturales y los *media*. En este sentido, si los Estudios Culturales (*Cultural Studies*) han ofrecido tradicionalmente análisis volcados en los procesos de recepción, en los textos de Jenkins (1992, 2006a, 2006b, 2013) encontramos un marco integral y complejo de investigación no sólo de las relaciones de los públicos con los medios y contenidos culturales, sino sobre todo un análisis de los usos y redefiniciones de dichos contenidos en la vida cotidiana de las personas.

A partir de estas premisas, podemos situar la actividad de los escritores de ficción televisiva en el centro de la relación del medio televisivo y sus contenidos con la producción y circulación de las formas sociales de subjetivación. En ese contexto, la actividad laboral de los guionistas de ficción televisiva se reconoce en los parámetros básicos de las prestaciones ligadas al desarrollo del denominado trabajo inmaterial (Lazzarato, 1997). Por un lado, la particularidad de la mercancía “serie de televisión”, además de que su valor de uso consiste esencialmente en su contenido informativo y cultural, eminentemente de carácter inmaterial, consiste en que no se destruye en el acto de consumo, sino que se alarga creando el ambiente ideológico y cultural del propio consumidor. Por otro lado, se trata de un trabajo que se sitúa en el cruce entre producción y consumo, operando la mercancía que fabrica como reclamo para captar la atención del espectador. En relación a este último elemento, ya hemos señalado en páginas anteriores cómo en la deriva mercantil del medio televisivo la programación de contenidos en la mayor parte de las cadenas de televisión, sobre todo en aquellas de carácter generalista, forma parte de una relación de servicio en la que el valor

de negocio viene representado por una actividad de modelación y venta de audiencias a posibles anunciantes. La ininterrumpida emisión del medio televisivo combina contenidos propiamente dichos, con espacios publicitarios, en un proceso conjunto de producción de subjetividad cuyo objeto final es la reproducción del consumo: no hay televisión sin telespectadores, ni financiación del medio televisivo sin conversión de esos telespectadores en audiencias susceptibles de ser vendidas a anunciantes. Dicha dinámica de venta de las audiencias a los anunciantes encuentra en el fenómeno del *product placement* su forma más perversa y desarrollada.

Es, precisamente, en ese cruce entre producción y consumo, donde emerge una relación social que tiene como materia prima la subjetividad generada por la serie de ficción televisiva como contenido informacional. Como ya hemos apuntado con anterioridad, los guionistas de ficción televisiva funcionan como el *interfaz* básico, es decir, como conector, en dicha relación. Así, el trabajo de los escritores opera como origen de aquello que los telespectadores van a interpretar, decodificar y recodificar en la acción de recepción, en una relación subjetiva y afectiva con las historias y los personajes que los guionistas les proponen episodio a episodio en el desarrollo del relato general que compone la serie televisiva que escriben.

3.3.3.1. Un trabajo mental y cognitivo: el bucle de la producción de subjetividad a través de la subjetividad

Partir del hecho de que los guionistas de ficción televisiva producen subjetividad es situarnos en primer lugar en el terreno de una actividad laboral de corte eminentemente mental y cognitivo, entendiendo por cognitivo y mental un orden operacional en el que el trabajador, por decirlo de manera extremadamente simple, “piensa para ganarse la vida” (Cooper, 2006), es decir, encuentra en la actividad mental, en la creatividad, en la imaginación y en las articulaciones subjetivas los ingredientes fundacionales de su quehacer laboral. Desde este punto de vista, el trabajo de escritura de un guión constituye básicamente un ejercicio de traducción de una *idea* a un texto: la actualización de la construcción subjetiva de una virtualidad:

“Se te ocurre algo, empiezas a darle vueltas y a buscar por aquí y por allá, hasta que te das cuenta de que ahí hay una trama. Luego viene todo el proceso hasta que la escribes, porque tienes que ver los pasos que tiene, cómo evoluciona, qué es lo que va pasando, hacia dónde va... Al final te das cuenta de que ha salido todo de una idea que ha ido creciendo”.

[Entrevista 14]

“(...) sí, sí, hay veces que no hay manera y no sale, y le das vueltas y cuesta salir del bloqueo, porque sabes que la idea es buena pero es como... como si no la supieras poner en palabras”. [Entrevista 10]

“Yo ya he visto el capítulo que escribo antes de que se emita, porque en realidad cuando estás escribiendo estás viendo lo que imaginas. De ese visionado, entre comillas, te sale el guión, por eso cuando luego lo ves en la tele y no se parece nada a lo que has imaginado te llevas una desilusión de la leche”. [Entrevista 13]

Imaginar es la acción que precede y atraviesa la escritura de un guión, un acto de recreación de una realidad virtual que el relato va a actualizar en diálogos e imágenes de interacciones. En cierta medida, el guionista con su actividad dota de pleno sentido al concepto de “virtual”, no como algo opuesto a la realidad, sino como algo que necesita ser actualizado. Como apunta Pierre Lévy (1995), la

palabra virtual procede del latín medieval *virtualis*, que a su vez deriva de *virtus*: fuerza, potencia. En la filosofía escolástica, lo virtual es aquello que existe en potencia pero no en acto. Con todo rigor filosófico, lo virtual no se opone a lo real sino a lo actual: virtualidad y actualidad son sólo dos maneras de ser diferentes. Deleuze (1993) define lo actual como aquello que designa lo presente, el estado de cosas, la realidad en tanto que es dada en la actualidad. Lo virtual es, por el contrario, todo aquello que no es actualmente presente. Citando a Proust, propone una fórmula para definir los estados de virtualidad: “reales sin ser actuales, ideales sin ser abstractos”. Desde esta perspectiva, la actividad cognitiva del trabajador del guión opera en una acción colectiva y coordinada de actualización mediante la construcción de una narración escénica.

Tal y como hemos visto cuando hemos analizado la cualidad de los procesos y los ciclos formativos que habitan los escritores de ficción televisiva, lo que en el fondo se pone en juego en la prestación laboral del guionista es un cúmulo de facultades genéricas, de saberes y conocimientos, que forman parte de una capacidad expresiva y cooperativa que no procede tanto de una experiencia de formación y estudio formal, como de la sociabilidad y la cultura del cotidiano. Lo que se activa en la construcción narrativa que da cuerpo a los guiones de ficción televisiva no son sobre todo destrezas y conocimientos técnicos y profesionales ligados al estrecho marco del guión televisivo, sino competencias comunes, ejercicios de memoria, capacidades prácticas y saberes que no provienen de ninguna formalización, sino del acto mismo de vivir:

“Saco las cosas de lo que veo, no sé, muchas veces de alguien que me ha contado cualquier cosa, de una tía a la que le ha pasado eso, de algo que he oído en el metro, hasta de algo que me ha pasado a mí. En realidad saco las cosas de ahí, de lo que vivo”. [Entrevista, 8]

“De la prensa, de lo que me cuenta la gente, de lo que leo, de algún libro, de cualquier lado, no sé. De lo que me invento... a lo mejor vas en el tren o en el autobús y escuchas a alguien como cuenta que su cuñada que disgusta que tiene porque tiene un no sé qué, y tú dices coño, aquí hay tema. Haces mucho el cotilla con la gente... y luego

por Internet, te metes en Google y encuentras de todo buceando. Siempre encuentras algo". [Entrevista 6]

Los conocimientos y los saberes resultado de la experiencia común de la vida en sociedad funcionan en la escritura de guiones de ficción televisiva como una especie de nuevo capital fijo de carácter social. Dicho capital se introduce en el proceso productivo como externalidad positiva no reconocida formalmente, pero sí puesta en juego y valorizada en el proceso de producción. Cuando el conjunto de los tiempos y los espacios de la sociabilidad del escritor son convertidos en factor productivo y en material de trabajo, la totalidad de la vida del escritor es puesta a trabajar: la producción deviene *bioproducción*, la economía se convierte en *bioeconomía* y la explotación opera con una lógica *biopolítica*.²⁶²

Desde este punto de vista, la subjetividad que resulta productiva para los guionistas empleados en los ciclos de producción de ficción televisiva no viene cualificada por la organización capitalista del trabajo, sino que se trata de una subjetividad social previa que desborda por completo la subordinación formal al trabajo. En este sentido, podemos avanzar que, de alguna manera, las condiciones de la producción de guiones de ficción televisiva de carácter serial coinciden directamente con las condiciones sociales de producción y reproducción de la sociedad misma: *sociedad y subjetividad social genérica* son las condiciones del proceso de fabricación de las series y seriales de televisión. De esta manera, la escritura de contenidos de ficción televisiva introduce al trabajador del guión en un bucle en el que la producción de formas de subjetivación, ingrediente fundamental de los productos de ficción televisiva, se realiza teniendo a las propias formas de subjetivación como precondition e

²⁶² Ya nos hemos aproximado a esta dinámica en páginas anteriores cuando hemos introducido en nuestro análisis el concepto de *modelo antropogenético* de producción (Marazzi, 2007). Sobre bioproducción y explotación biopolítica se puede ver: Hardt y Negri, 2000 y 2009. Sobre "trabajo biopolítico" en tanto que actividad laboral que no crea bienes materiales, sino relaciones y subjetividad, en última instancia, la propia vida social, se puede ver: Hardt y Negri, 2004. El concepto de *bioeconomía* puede consultarse en el inventario.

ingrediente más importante del proceso de producción mismo: *producción de subjetividad mediante subjetividad*.

A tenor de esta idea fundamental, podemos hablar de la existencia de tres elementos determinantes en la configuración de la subjetividad como fuerza productiva fundamental de los guionistas. El primer elemento está constituido por el ya mencionado *capital social* como conjunto de recursos para la acción que se derivan del tejido de relaciones cooperativas en el que los trabajadores están inscritos. En términos literales se trata de un dato de la organización social: hace referencia al potencial de interacción cooperativa que ésta pone a disposición de los sujetos. Hablamos de una lógica de la interacción que desborda ampliamente todo carácter meramente instrumental. El segundo elemento central en la configuración de la subjetividad del guionista como fuerza productiva en la elaboración de contenidos de ficción televisiva es el *habitus* del escritor, no solamente entendido como los estilos de vida que conforman intenciones expresivas iguales o semejantes y que se sitúan y distribuyen dentro de una estructura social determinada (internalizada e incorporada al agente en forma de esquemas de percepción, pensamiento y acción), sino como una adquisición y una capacidad que puede funcionar como un capital que se valoriza en la actividad laboral (Bourdieu, 1992). Por último, el tercer elemento inscrito en las formas de subjetivación del guionista es el *socius* (Deleuze y Guattari, 1973) como cuerpo complejo de la sociabilidad del guionista en las múltiples formas de interacción dentro de una comunidad, de un grupo, de una familia, etc. El *socius* es la instancia básica de la sociabilidad, el organismo resultante de la interacción social, desde sus formas más elementales (amistad, pareja, etc.) hasta las más complejas (sociedad global). Una especie de máquina social como superficie en la que fluyen las fuerzas y los agentes de la producción social de manera codificada, registrada, inscrita, regulada.

La valorización de dichos elementos existenciales en la organización estandarizada y sistematizada del trabajo de los guionistas nos habla, como ya

sabemos de una lógica de *bioproductiva* inscrita en el desarrollo de un proceso productivo que, a través de las distintas fases que componen la escritura de un guión, pone en juego una actividad cognitiva de construcción de *representaciones circunstanciales* (Falzon, 1989). Hablamos de representaciones circunstanciales para dar cuenta de un uso de los conocimientos y saberes que atesora el guionista que se ciñe a las circunstancias que imponen tanto la lógica del medio televisivo, como los requisitos técnicos del formato de serie en el que el escritor trabaje, así como los posicionamientos ideológicos de la cadena-cliente y la propia empresa productora para la que se realice la prestación laboral.

“(...) No te puedes salir de ahí... es que la serie es así, funciona así. Sabemos que hay cosas que ni se pueden plantear, yo qué sé... pues, no se pueden hacer elipsis, por ejemplo, o la primera secuencia siempre tiene que ser en el hospital, no puede ser un exterior. Cosas así...”. [Entrevista 6]

“Queríamos una trama que fuera como un espejo del 11-M, hablar de ello sin hablar directamente de ello, algo así. El caso es que en el fondo sabíamos que no se iba a poder, que ese es un tema tabú y nos lo iban a tirar, como luego pasó. No se puede, bueno, y ahora que Vocento tiene el control de la productora, menos”. [Entrevista 13]

“Lo que sí que hay es con los criterios de los grandes de Tele 5, de los invisibles que yo les llamo, los que nunca ves pero que son los últimos que dicen si sí o si no. Con esos a ese nivel sí, pues de la imagen de la cadena... nosotros en una ocasión llegamos a oír que no se podía escribir ninguna trama con gitanos porque los gitanos no van a un hospital, nos dijeron que alguien, un invisible, había dicho que nada de gitanos porque los gitanos no van al hospital. Bueno, no irán a la Clínica Ruber, pero tú te vas al 12 de octubre y hasta se llevan el camping-gas, colega”. [Entrevista10]

Desde este punto de vista, los guionistas activan y combinan dos tipos de conocimientos fundamentales a la hora de realizar su trabajo: conocimientos generales, en tanto que saberes sociales, y conocimientos estructurados por el sentido y el carácter concreto de su actividad. Dentro de estos últimos, cabe distinguir entre conocimientos de carácter operativo y conocimientos de índole

rutinario. Ambos se adquieren a través de la práctica y, por decirlo de manera sencilla, constituyen “conocimientos situados”, pero los segundos remiten a una repetición reiterativa de procedimientos técnicos propios del trabajo concreto que se ejecutan de manera más o menos automática por parte del operario. Si los conocimientos generales inciden y dan cuerpo a la elaboración de los contenidos de los guiones, los conocimientos estructurados se activan para responder a los procedimientos técnicos y de formato requeridos concretamente por la escritura de ficción televisiva. Si los primeros activan saberes que operan en términos de reflexividad, los segundos combinan saberes estabilizados que actúan en términos de reglas de comportamiento y acción (Zarifian, 1997).

3.3.3.2. Carácter lingüístico y relacional de la actividad

Tal y como propone Marazzi (1999), una de las transformaciones más relevantes que ha experimentado el mundo del trabajo en las últimas décadas ha sido la entrada de la comunicación en los procesos directamente productivos: la cadena productiva se ha convertido en cadena directamente lingüística, conexión semántica en la que la comunicación y la transmisión de informaciones representan la materia prima y el instrumento de trabajo fundamental. Esta entrada de la comunicación, y por tanto del lenguaje, en la esfera de la producción constituye una de las fuentes fundamentales de los cambios más importantes experimentados en la organización del trabajo en los últimos años.

En cierta medida, tanto en la época de la manufactura como en el tiempo de la hegemonía del modelo clásico de la gran fábrica, la actividad laboral tenía básicamente un carácter mudo. La comunicación implicada en los actos de trabajo era de carácter monológico, la ejecución que mediaba entre el proyecto y su realización era de naturaleza mecánica y, por tanto, silenciosa: los medios se supeditaban a unos fines con valor trascendental sobre el proceso. Los trabajadores, verdaderos apéndices del sistema de máquinas, secundaban la causalidad natural establecida por la organización taylorista del trabajo, poniendo en juego una astucia eminentemente taciturna al trabajar. En este sentido, el taylorismo propuso una concepción eminentemente rudimentaria de la actividad de lenguaje en la que hablar y trabajar tendían a constituirse en actividades antagónicas: “Hablar hace que se pierda el tiempo, distrae, impide concentrarse sobre el gesto a cumplir. La racionalización del trabajo operada por la organización científica del trabajo –trabajo en la cadena, parcializado y bajo control de los tiempos- no se queda más que con una función lúdica entre todas las dimensiones de la comunicación humana: hablar no sería más que charlar entre colegas, bromear. La palabra está explícitamente prohibida y sancionada en los talleres” (Boutet, 1998). De alguna manera, los obreros son doblemente excluidos: “excluidos del lenguaje sobre la organización, el lenguaje en el que y

por el que la organización se define (y por tanto los métodos de trabajo), y excluidos del lenguaje en esa organización porque los intercambios de palabra no son más que tiempo perdido, tiempo no productivo” (Zarifian, 1996).

Al contrario del régimen laboral tradicional de la gran industria, una parte significativa de las tareas propias de los ciclos productivos del trabajo de corte cognitivo son susceptibles de ser descritas empíricamente, a partir de su contenido relacional, como actos lingüísticos, interacciones simbólicas y mediaciones comunicativas e informacionales. Las prestaciones laborales de los guionistas implicados en la producción serializada y estandarizada de contenidos de ficción televisiva son un buen ejemplo de ello:

“Hablas mucho y escuchas otro montón. Yo creo que es mejor escuchar un poco más y hablar un poco menos, pero practico más el hablar más y escuchar menos, he de confesarlo”. [Entrevista 6]

“Hay toda un parte que es de hablar, de hablar sin parar... Todos juntos y hablando, porque nos tenemos que poner de acuerdo en las cosas, las continuidades de los personajes, las miniseries, todo. Pero luego cuando estás ya con el guión también, porque trabajas normalmente entre dos y lo tienes que hablar todo. O sea, que aquí estamos de cháchara todo el día... (risas)”. [Entrevista 7]

La cualidad integral de la actividad lingüística como elemento destacado del hacer productivo de los escritores de ficción televisiva se pone de manifiesto a través del uso explícito de la categoría de “cháchara”. Dicho concepto no designa una actividad lingüística cualquiera, sino que remite a una práctica conversacional sin objeto: “conversación frívola”, dice el diccionario. Se trata de una realidad lingüística indiferente a los contenidos que afloran, proliferante y contagiosa, que remite a un discurso sin estructura (Virno, 2002). En el caso de los escritores televisivos, es el simple hecho de hablar el que resulta productivo, más allá del manejo y la producción de los lenguajes explícitamente referidos al campo particular del guión y de la ficción televisiva. La solución de una trama, una clave para la configuración de un personaje u otro tipo de material vital para

el desarrollo de los contenidos narrativos que fabrican los equipos de guionistas, puede aflorar en cualquier intercambio conversacional. Desde este punto de vista, el ecosistema laboral de los escritores de ficción televisiva permite entrever dos elementos sustanciales en relación a la centralidad del hecho lingüístico. Por un lado, la eminente dimensión colectiva de las acciones y los saberes. Por otro lado, el papel de las actividades comunicacionales como recurso indispensable para el desarrollo de la participación en el proceso productivo:

“El lenguaje es importante, sin duda. Siempre es mejor un guionista que se expresa bien a un guionista que para contarte una historia te tiene una hora y al final no te has enterado de nada y dices joder, es que solo tengo cinco minutos para oírte, o me la cuentas bien o... (risas) o esa historia no se hace”. [Entrevista, 2]

Las competencias requeridas, cognitivas, relacionales y comunicacionales, implican la intensa movilización de los recursos lingüísticos del trabajador. Junto al saber-hacer o a los conocimientos propiamente técnicos o de gestión, la *competencia de comunicación* (Borzeix, 1995) juega un papel determinante para el guionista y constituye una actitud social que combina saberes lingüísticos y sociales. Dicha competencia se despliega en tres órdenes comunicativos diferenciados y entrecruzados a lo largo de la actividad laboral del escritor de ficción televisiva:

- a) *Un lenguaje sobre el trabajo*: la palabra compartida sobre el desarrollo del proceso productivo.
- b) *Un lenguaje en el trabajo*: el rol del lenguaje en la constitución misma de la actividad.
- c) *Un lenguaje como trabajo*: la actividad verbal como elemento esencial de la tarea.

Dichos órdenes lingüísticos se despliegan en dos direcciones complementarias y diferenciadas: por un lado, procesos de actividad comunicativa hacia dentro del propio proceso productivo; por otro lado, conexión lingüística hacia un afuera formal del proceso: la relación con el público de la serie, una relación que se establece básicamente a partir de la actividad de recepción y decodificación por parte de los públicos televisivos de las historias que los guionistas construyen. Veamos las particularidades de ambas direcciones.

La actividad lingüística volcada sobre el propio proceso productivo parte de un dato fundamental: el trabajo colectivo y en equipo impone el desarrollo permanente de dinámicas relacionales y comunicativas.

“(...) se hablan y se discuten las cosas, de normal o cuando hay algún problema urgente que solucionar, no sé, algo de la cadena o un problema con un actor, por ejemplo. Para eso está la sala de reuniones, aunque al final hablas casi más por los pasillos o en la cocina, porque la verdad es que estamos todo el día hablando las cosas”. [Entrevista 11]

“Claro, se habla todo, porque al estar escribiendo una temporada y tener cada uno un capítulo diferente, pues tienes que saber lo que ha escrito el otro y estar al loro de que no se altera el sentido de las tramas y tal, (...) qué se está contando a lo largo de la temporada”. [Entrevista 14]

“(...) entonces se hace una reunión de todos los guionistas con el coordinador y se afronta la situación, o sea, que se discute entre todos y hasta que no se llega a un acuerdo no se sale de la sala de reuniones”. [Entrevista 12]

Tanto en la relación de los equipos de trabajo con el coordinador de guiones, como en la relación permanente entre los propios guionistas, el acto lingüístico se ve atravesado por una racionalidad de corte económico: las dos lógicas que operan en la interacción comunicativa son generalmente la *negociación* y la *venta*:

“Tú tienes que convencer a los demás de que tu idea es buena, por eso te lo tienes que currar, tener argumentos... saber vender lo que tú crees que tiene que ser y por dónde hay que ir con tal o cual personaje” [Entrevista 9]

“(...) ahí siempre se discute, siempre hay un tira y afloja, porque unos lo ven de una forma y los demás no. Siempre se negocia todo, se intenta el consenso y que no tenga el coordinador que imponer nada, porque si no se genera un mal rollo que luego es un coñazo” [Entrevista 13]

“Menos mal que me ha comprado la trama, porque al final veía que me la tiraba y me tenía que quedar otras dos horas más”.
[Comentario de guionista tras reunión con coordinador]

Esta racionalidad económica como campo en el que se juegan los intercambios lingüísticos subraya, más allá del caso concreto de los procesos de producción de guiones de ficción televisiva, lo inverosímil de toda comprensión de la acción lingüística como mero acto de comunicación. Tal y como señala Bourdieu (1985), por legítimo que sea tratar las relaciones sociales como interacciones simbólicas, es decir, como relaciones de comunicación que implican el conocimiento y el reconocimiento, conviene no olvidar que esas relaciones de comunicación que son los intercambios lingüísticos constituyen también relaciones de poder simbólico donde se actualizan las relaciones de fuerza entre los locutores y sus respectivos grupos. Es en ese sentido en el que hablamos de una racionalidad económica al analizar la actividad lingüística y conversacional de los escritores de ficción televisiva: “vender una idea”, como ellos mismos dicen, es reconocer explícitamente los intercambios lingüísticos como un mercado y, por tanto, la necesidad de una economía de los intercambios simbólicos para dar cuenta de dichos campos de interacción. A partir de esta premisa y de la fenomenología de la acción lingüística asociada al trabajo de los guionistas empleados en los ciclos de fabricación de contenidos de ficción televisiva, los escritores aparecen como sujetos y objetos de una verdadera subsunción del acto lingüístico en una lógica de intercambio mercantil.

Al mismo tiempo, las implicaciones sociológicas de la cualidad inmediatamente económica de los intercambios lingüísticos implicados en el desarrollo de la actividad laboral de los guionistas de ficción televisiva, ponen en cuestión la viabilidad de la distinción habermasiana entre una acción de tipo comunicacional y una acción de carácter instrumental como esferas diferenciadas de praxis lingüística y social. Como sabemos, Habermas (1984) propone una definición del trabajo como *acción instrumental*, es decir, como actividad sujeta a una racionalidad de cálculo de los costes y las consecuencias, opuesta a lo que denomina como *acción comunicativa*, una acción que, teniendo como único horizonte de sentido el entendimiento social, resulta ajena a toda consideración instrumental de la experiencia lingüística y comunicativa. El protagonismo innato del lenguaje y de la comunicación en los procesos de producción de guiones de ficción televisiva serial, y por extensión a una parte significativa al conjunto de los ciclos de la producción cognitiva, disloca irreversiblemente la oposición establecida por Habermas entre ambos tipos de acción. La yuxtaposición de la racionalidad común que contiene el lenguaje y la adecuación instrumental mediante el cálculo que habita en los procesos laborales propios de la escritura televisiva, pone de manifiesto una dificultad notable a la hora de rendir operativa la distinción habermasiana. Cuando la acción comunicativa se hace trabajo, es decir, cuando la palabra dialógica se inserta en el corazón mismo de los procesos productivos y la actividad laboral consiste fundamentalmente en interacción lingüística, desarrollando al máximo las facultades relacionales y comunicativas, parece inevitable que los análisis habermasianos necesiten de una crítica sociológica y de una revisión sustancial.

En cualquier caso, y más allá de las implicaciones sociológicas más o menos abstractas que podamos deducir del carácter lingüístico de la actividad laboral de los escritores de ficción televisiva, toda la acción creativa del guionista se mide constantemente, en y más allá de la esfera lingüística, con una actividad de contraste y relación con los otros. La cooperación aparece, en este sentido, como

el dato más relevante y, más allá del caso concreto de la fabricación de relatos seriales para televisión, como elemento común al conjunto de procesos productivos que constituyen las industrias culturales: los contenidos culturales o, por usar la terminología propia del campo artístico hegemónico, la “obra”, entendida como acción colectiva, incorpora los trazos materiales, cognitivos y lingüísticos de las múltiples interacciones productivas que la constituyen (Becker, 1982). Dichas interacciones no son homogéneas ni unívocas, sino que operan en un espacio múltiple y desterritorializado. El hecho de que estas interacciones excedan los espacios formales de la producción, abarcando el conjunto espacio-temporal de la vida del trabajador del guión, complejiza las concepciones tradicionales y situadas de la cooperación en el trabajo, tal y como hemos visto en páginas anteriores. Desde este punto de vista, dos tipos de interacción social intervienen en la actividad laboral de los guionistas de ficción televisiva:

- *Interacciones difusas*: una galaxia de relaciones sociales que conforman el capital social del trabajador y que opera como fuente lingüística y fenomenológica para la construcción de contenidos narrativos y acontecimientos de trama.
- *Interacciones situadas*: la cooperación propiamente dicha en tanto que conjunto de vínculos formales contruidos intencionadamente por los agentes para la realización de una obra común (Dejours, 1993). El vínculo que asocia a los guionistas en el desarrollo de su trabajo concreto y situado implica relaciones de intercomprensión, interdependencia y obligación. Al mismo tiempo, dicho vínculo es resultado de una construcción humana, y no únicamente el efecto de un ambiente o de una coacción exterior a los trabajadores: aunque obviamente la organización del trabajo impone constricciones externas, todo ejercicio de cooperación en procesos productivos de corte creativo requiere de la centralidad de la iniciativa de los agentes.

Es importante señalar que las interacciones de carácter situado responden a dos tipos de modalidades diferentes: por un lado, relaciones horizontales, interiores a los equipos de guionistas; por otro lado, relaciones verticales, sujetas a la interacción con el coordinador de guiones y con la producción ejecutiva de la serie en la que se trabaja. Tanto cuando opera en el interior de los equipos, como cuando interacciona con el coordinador o los cuadros de producción, el guionista debe estirar sus competencias de comunicación y saber moverse en la flexibilidad que impone toda lógica conversacional. Dicha lógica implica necesariamente tanto una interacción que imponga una transformación en los interlocutores, es decir, que no salgan de la interacción conversacional pensando igual que cuando entraron, como que exista una simetría en la relación (Pask, 1975). Sin embargo, las relaciones de poder propias de los escenarios de la producción de contenidos de ficción televisiva instauran una asimetría que opera como elemento de control sobre el escritor: no vale lo mismo su palabra que la del coordinador o el productor ejecutivo. Es precisamente en la interacción lingüística y en la gestión de esa asimetría donde se juega el gobierno de la relación de poder y se ejecuta el control sobre el trabajador a través de una práctica conversacional permanente:

“Sí claro, cuando no puede ser, no puede ser, pero siempre tratas de que se hablen las cosas, de no tener que imponer nada, porque si el guionista se te mosquea ya va estar a malas y no va a escribir igual de bien, porque su trabajo es creativo y para eso hay que estar lo más tranquilos y a gusto posible. (...) por eso el buen rollo con los guionistas es fundamental y lo sabes, porque antes de ser coordinador has sido guionista o hasta tramista”. [Entrevista 4]

“Hombre, siempre se habla y se llegan a acuerdos, porque si lo tienes que imponer la cosa no funciona, estás todo el día viéndote y al final eso no... te acaba pasando factura. Yo trato de hablarlo todo con los guionistas y que nos entendamos, porque para dar órdenes ya están los de la cadena, que nos están tocando la moral todo el día... (risas)”. [Entrevista 1]

El control encuentra en la palabra el elemento fundamental para su materialización. Las técnicas disciplinarias, fundadas sobre la dominación explícita y la ejecución de órdenes, no resultan del todo eficaces para controlar la cooperación de subjetividades que implica el trabajo creativo de los guionistas, más afín a una lógica de simpatía, confianza y sentimiento de equipo. En cierta medida, se pone de manifiesto que la gestión de las actividades de corte creativo requiere de relaciones de poder que no se funden en el modelo de ejecución (dominio y obediencia): la palabra autoritaria es sustituida por la palabra persuasiva (Bakhtine, 1978), un tipo de palabra que controla, pero no disciplina; que modula, pero no ordena; instaurando una relación de la que el trabajador se siente parte activa.

La lógica de modulación a través de la sustitución de la palabra autoritaria por la palabra persuasiva implica de manera directa dos fenómenos que resultan cruciales en la reproducción cotidiana de los equipos de guionistas empleados en los ciclos de producción de series de ficción televisiva. El primero de esos fenómenos es el desarrollo de una lógica afectiva, propia de todo acto de modulación. Hablamos de afectividad en el sentido spinoziano, como producción de una variación de potencia, sea aumento (alegría), o sea disminución (tristeza) (Spinoza, 2005). Dicha acción moduladora se concentra en la figura del coordinador de guiones, sujeto de una producción y gestión de los estados de ánimo del grupo mediante la generación de eventos que afectan tanto al trabajo concreto de los escritores (del *“esta trama es horrorosa, me estáis fallando”* al *“acabo de ver el episodio en edición y es maravilloso, enhorabuena”*), como a la marcha y desarrollo de la serie de televisión en tanto que proyecto (del *“chicos, tenemos que estar muy unidos porque nos quieren quitar personajes y exteriores”* al *“acabo de llegar de plató y están como locos y encantados con el guión”*). Este segundo registro de la modulación por producción de eventos enlaza, precisamente, con el segundo fenómeno reseñable en la reproducción de los equipos de guionistas: se trata de una política espacial que diferencia y separa en base a la constitución y delimitación de territorios. A diferencia de la división

del trabajo propia de la fabricación de series de televisión, que distingue entre diferentes sujetos y tareas adscritas a diferentes espacios dentro de la cadena productiva, el gobierno de los trabajadores por modulación establece e impone territorios. Esta imposición no señala la existencia natural de diferentes medios o entornos de trabajo preconstituidos en base a las diferentes funciones que desempeñan dichos medios o entornos en el conjunto del proceso productivo, sino que, como ocurre en toda determinación territorial, implica una marca cualitativa que descansa en la construcción de una amenaza exterior y en la experiencia de una distancia en relación a otros (Deleuze y Guattari, 1994).²⁶³ Hay un espacio interior, un *adentro*, y un espacio exterior, un *afuera*, en el imaginario colectivo de los equipos de guionistas: el afuera aparece como fuente constante de amenazas que da sentido y cohesiona el grupo. Dicha marca cualitativa descansa en muchas ocasiones en la producción gerencial de una distancia entre los diferentes agentes y espacios de la cadena productiva. Los guionistas de la serie *Hospital Central*, por ejemplo, no pisaban el plató ni tenían relación alguna con los actores y las actrices. La modulación descansa en la producción estratégica de territorios y en la configuración imaginaria y espacial de un afuera que funciona como amenaza difusa y fuente de problemas, vectores básicos en un control del grupo que opera mediante la producción de cohesión.

Tanto la carga afectiva de la modulación, como la territorialización de los equipos de guionistas, configura el control y el gobierno situado de los escritores a partir de una práctica conversacional que, desalojando la palabra autoritaria, presenta las imposiciones y el mando como una palabra diferida: las órdenes vienen del *afuera*. Desde este punto de vista, la dirección de producción y la cadena-cliente son, fundamentalmente, los sujetos de la imposición de criterios o necesidades que condicionan y gobiernan la actividad creativa de los guionistas, obligándoles a sujetarse a dos ejercicios diferenciados de cálculo económico en la gestión de su trabajo lingüístico:

²⁶³ “El territorio es en primer lugar la distancia crítica entre dos seres de la misma especie: marcar sus distancias. Lo mío es sobre todo mi distancia, sólo poseo distancias. No quiero que me toquen, gruño si entran en mi territorio (...)” (Deleuze y Guattari, 1994).

- a) Las imposiciones del *departamento de producción* obligan a un cálculo de corte cuantitativo: construir tramas que se ajusten a las características presupuestarias y a los recursos materiales con los que cuenta la serie.
- b) Las imposiciones de la *cadena-cliente* obligan a un cálculo de corte cualitativo: lo que se puede o no se puede decir en el guión.

Formalmente, la transmisión del poder de mando a través de la escala jerárquica se difumina. El guionista habita un espacio de simulación de la horizontalidad en su relación con el coordinador de guiones y los integrantes del equipo, en un universo concreto de colectivo que tiene que responder de la consecución de objetivos. El coordinador de guiones no es ya un mediador, sino el responsable último de la consecución o no de la tarea asignada: sobre él cae realmente el peso de la ejecución, sometido a una evaluación continua y a los imperativos de la producción ejecutiva y la cadena-cliente. En cierta medida, se trata de un cuadro al que ya no protege la empresa, sino que se encuentra sometido a un estrés cada vez mayor y a una frustración cada vez más acentuada:

“(...) Pues con mucho nerviosismo, mucho estrés... Acabas hasta las narices de todo, porque cuando no es una cosa es otra y cuando no es producción es la cadena, o los actores o hasta el jefe de la productora que baja y te dice no sé qué. Llega un momento en el que te ves superado, pringando los fines de semana en casa, no sé... y yo creo que todo eso no se paga con dinero, que no merece la pena, porque cuando las cosas salen bien, no te creas que viene alguien a decirte ‘muy bien chaval, enhorabuena’. Es un trabajo muy desagradecido”. [Entrevista 4]

Pese a tratarse de un cuadro directivo destacado en el conjunto del proceso productivo, la empresa no le garantiza el puesto de trabajo y se encuentra entre los primeros en ser prescindible en caso de que la serie en la que trabaja no funcione en términos de audiencia. Sujeto a una incertidumbre y maleabilidad reseñables, el coordinador de guiones es un cuadro que acumula un malestar

considerable y cuya motivación es pasto de situaciones anímicas volubles y cambiantes²⁶⁴:

“Ayer, por ejemplo, no podía más y me quedé en casa, trabajando como un negro, pero en casa, porque si me vengo a la productora a la mínima que me dijeran algo iba a saltar o me iba a echar a llorar como un idiota e iba a ser peor”. [Entrevista 4]

Por ese motivo, el coordinador encuentra en la relación con los guionistas un elemento de refuerzo y un espacio de reconstitución de su seguridad formal en base a una reproducción de la lógica de mando que él mismo soporta. Uno de los momentos de mayor condensación de este hecho es el espacio conversacional de negociación de las tramas o la corrección de guiones. Tres son las dinámicas que se ponen en juego informalmente:

- a) Reproducción permanente de una lógica de examen sobre el rendimiento del guionista.
- b) Presión profesional indirecta al guionista en base a un cuestionamiento constante de su capacidad creativa.
- c) Juicios en base a parámetros subjetivos en los que muchas veces prevalece un criterio de autoridad en la toma de decisiones y la imposición de cambios en los contenidos elaborados por el guionista.

El examen como dinámica no explícita disuelta en la interacción de los escritores con el coordinador introduce una pauta disciplinaria y normativa que afecta a la práctica lingüística e interviene en las pautas de gobierno de los equipos de trabajo. Tal y como apunta Foucault (2002), el examen combina las técnicas de

²⁶⁴ “Incapaces de organizarse colectivamente, los *knowledge workers* (porque de ellos se trata) se baten en retirada, se encierran en sí mismos, recurren a formas de resistencia pasiva. El capitalismo corre peligro al final ‘por la caída tendencial de la tasa de motivación’, como reza el título de un capítulo del texto de Du Dupuy [F. Dupuy, *La fatigue des élites. Le capitalisme et ses cadres*, Seuil, Paris, 2005]” (Bologna, 2006).

la jerarquía que vigila y las de la sanción que normaliza. Pese a constituir una experiencia implícita no declarada, la vivencia de la racionalidad propia del examen convierte a los escritores en objeto de una lógica disciplinaria de carácter difuso e informal que sujeta al equipo de guionistas en relación a su coordinador, y a éste en su relación con la producción ejecutiva o con la cadena-cliente. Esta continua vivencia del examen en el desarrollo de la escritura televisiva, precisamente por su condición implícita no declarada ni establecida formalmente, subraya con intensidad uno de los efectos sustanciales de la pauta disciplinaria: el poder se ejerce haciéndose invisible e imponiendo a aquellos a quienes somete un principio de visibilidad obligatoria. Desde este punto de vista, en su relación con el coordinador de guiones, el escritor siempre está expuesto, mientras que la figura de poder, en lugar de emitir los signos de su potencia, en lugar de imponer su marca a sus sometidos, los mantiene en un mecanismo de objetivación.

Dicha mecánica de objetivación afecta de manera directa a la práctica lingüística y a la escritura. El coordinador de guiones, por ejemplo, no actúa como palanca del gobierno de la escritura televisiva, sino que expresa una normatividad de carácter diferido mediante un control de la práctica lingüística que remite en todo momento a la racionalidad del propio medio televisivo: la idea de que “*esto es tele y las cosas son así, si te gusta bien y sino también*”. Esa racionalidad normativa constituye una fuente destacada de presión sobre los guionistas y de imposición de una actividad constante de formateo del lenguaje en base a criterios de gestión económica.²⁶⁵ Por un lado, la narrativa televisiva, basada en la articulación de un ritmo veloz que proscribe la experiencia del proceso y se centra en la recreación escénica del evento, impone una escritura que economice en el uso del lenguaje y en la gestión de las informaciones: el ahorro de palabras es condición de todo guión televisivo eficaz. Por otro lado, el medio televisivo constituye un *equipamiento colectivo de subjetivación* (Guattari, 1987) que, en sus dinámicas sistémicas de carácter mayoritario, opera a través de un ejercicio

²⁶⁵ Por *formateo* entendemos un movimiento de racionalización del lenguaje que entraña procedimientos de estandarización y de control (Boutet, 1998).

permanente de reducción de la complejidad, lo que obliga al guionista a que su escritura reproduzca dos lógicas entrecruzadas: la construcción de una realidad basada en la práctica del estereotipo y la reproducción de una lógica narrativa que proscribe el plurilingüismo e instauro el monolingüismo como único horizonte discursivo posible.²⁶⁶ La experimentación de registros está vetada más allá de los giros lingüísticos y las semánticas características de los formatos de ficción televisiva que han demostrado su eficacia en el mercado de series. De hecho, que el marco de referencia de los caminos prescritos y prosritos en la escritura de guiones esté determinado por otros productos televisivos de referencia, cuestiona la consideración de la acción lingüística del trabajador en la escritura como el mero uso de una facultad genérica inherente y natural: no sirve cualquier lenguaje, sino aquel mediado por el código y el fomateo televisivo. De ahí que los guionistas dediquen mucho tiempo a ver y a estudiar otras series y programas:

“Estás todo el día y al final te enganchas... es que si no, te quedas atrás y los demás siguen y siguen, porque la gente se ve todas las series americanas que van saliendo y si no estás al loro luego no sabes ni de qué están hablando”. [Entrevista 9]

“Claro, por fuerza tienes que ver tele si quieres estar puesto de las cosas que se están haciendo, porque de ahí se saca casi todo, por lo menos gran parte de las ideas que luego escribes”. [Entrevista 14]

“(...) De repente llega el coordinador y dice: ‘anoche vi no sé qué en no sé qué serie y quiero hacerlo’ y hala, todo el mundo a ver la puñetera serie o a ponerte las pilas para enterarte o que te la cuenten”. [Entrevista 12]

“Sí, se dice que es para documentarnos, pero la verdad es que lo que haces es copiar de otras series que funcionan... (risas). No, de verdad, vemos muchas series y ahora que te las puedes bajar de Internet al día siguiente de que las han emitido, anda todo el mundo dejándose y cambiándose episodios, es la caña”. [Entrevista 7]

²⁶⁶ Sobre las categorías de *equipamiento colectivo de subjetivación* y *plurilingüismo* se pueden consultar las entradas correspondientes en el inventario.

En ausencia de cualquier política formativa en las empresas, así como de cualquier reconocimiento formal de la cualificación en favor de una gestión por competencias de los procesos de trabajo y los trabajadores, los guionistas autoorganizan una permanente actividad formativa a través del visionado y el estudio, más o menos informal, de los productos de ficción televisiva que operan en el mercado. Parte fundamental del capital social de un guionista es su conocimiento de otras series y productos televisivos. En cierta medida, podemos hablar de una “autoformación lingüística” por parte de los escritores, centrada en el conocimiento de los lenguajes y los formatos que circulan en el mundo productivo que habitan. Tal y como hemos puesto de manifiesto en páginas anteriores, la relevancia productiva de los consumos culturales de los guionistas apunta una modificación de la distinción tradicional entre producción y consumo, conectando ambas esferas y resaltando el papel productivo de la circulación de bienes y contenidos de ficción televisiva. Desde este punto de vista, la actividad lingüística que se pone en juego en la escritura de guiones, piedra angular de la fabricación de contenidos de ficción para televisión, constituye una práctica tautológica anclada tanto en las condiciones materiales de su enunciación, como en los universos simbólicos y los imaginarios que impone el propio medio televisivo: el lenguaje de las series de televisión se constituye en requisito de la producción del lenguaje de las series de televisión, así como el consumo de ficción televisiva funciona como requisito de la producción de la misma. De esta manera, nuestro análisis de la cualidad lingüística de la actividad laboral de los guionistas traza un viaje desde la capacidad lingüística como facultad genérica a la centralidad del carácter social del lenguaje televisivo.

Incidir en la dimensión social del lenguaje es subrayar por un lado su carácter de medio privilegiado para la construcción de relaciones sociales y, por otro lado, apuntar su propio carácter de relación, el hecho de que su alcance no se reduce solamente a una función representativa o expresiva, sino que posee una naturaleza inmediatamente relacional. Las relaciones de comunicación de las que forma parte el guión como esqueleto narrativo de la mercancía televisiva que el

público consume, están insertas en la relación de servicio que preside la actividad televisiva en su conjunto. El guión es precisamente el elemento lingüístico que inscribe directamente al guionista en una relación de servicio con el telespectador. Al igual que ocurre con el lenguaje, el guión contiene la función de coordinación de la actividad social y, por lo tanto, posee un carácter directamente productivo, asegurando la coordinación de la relación de servicio y la socialización del contenido fabricado por el escritor. En esa socialización, el telespectador es el sujeto que da sentido a la mercancía audiovisual y, por ende, a la historia que ésta contiene, a partir de la información y el tejido sensible y de emociones con el que el escritor ha conformado el contenido de la narración. En cierta medida, ocurre con el guión lo mismo que con el lenguaje: no vehicula solamente una transmisión de información entre dos términos de una relación, sino que determina el tejido mismo en el y por el que los sujetos, los medios y los contenidos de la comunicación se constituyen (Corsani, Lazzarato y Negri, 1996). En este terreno es, precisamente, en el que la actividad del guionista opera como conexión lingüística hacia el “afuera” del proceso productivo.

Como ocurre con el conjunto de los servicios, la producción de ficción televisiva constituye un acto de agenciamiento con el público televidente en el que se transforman las condiciones de actividad y los dispositivos de acción del mismo (Zarifian, 2000). Su valor, por tanto, no remite únicamente al universo de las relaciones económicas, sino que se encuentra atravesado por una tensión constante entre dichas relaciones y la cualidad ética de una intervención que penetra el universo existencial del telespectador: el producto de ficción televisiva interviene y afecta las formas de subjetivación y los modos de vida de los públicos:

“A ver... a mi me gustaría pensar que produzco, no sé... que entretengo a la gente, que la alegro, o sea, cómo explicártelo... ¿Qué produzco yo? A parte de dinero para la gente de arriba... porque en realidad la idea lógica y práctica es que produzco dinero, porque esto da dinero. Pero románticamente me gustaría pensar que produzco por lo menos ese bienestar de que la gente se pone delante

de la tele después de un día de curro y puede descansar de eso viendo las historias que yo escribo. (...) Pero es algo un poco romántico, porque en realidad, yo saco dinero de la vida, cuento historias de la vida de la gente, son historias, relatos... (...) A los de arriba, a los ejecutivos, les da igual producir latas de sardinas que televisión”. [Entrevista 6]

“Te importa lo que haces porque sabes que lo va a ver mucha gente. Es que si te paras a pensar que lo que tú escribes luego lo van a ver cinco millones de personas, pues alucinas, ¿no? Por eso te preocupas y muchas veces peleas cuando te quieren cambiar lo que tú has hecho, una trama o yo qué sé, algo de un diálogo que parece una tontería pero no lo es”. [Entrevista 15]

“Están ahí y es una responsabilidad que yo prefiero no pensar... (risas). Es alucinante, porque la gente se engancha a la serie, no sé, ves que las chorradas que tú escribes les importan. Si entras en el blog de la serie, por ejemplo, ves que hay gente que vive la serie, las cosas que pasan, que se identifica con unos personajes y que odia a otros. Por eso yo prefiero no pensarlo (risas)”. [Entrevista 11]

La tensión entre la cualidad de la actividad laboral de los guionistas, en lo referente al impacto de su hacer sobre los públicos receptores de sus historias, y la centralidad de la racionalidad económica como fuente de cualidades antitéticas en relación a la implicación necesariamente ética de los escritores con los públicos, no es particular del medio televisivo, sino que remite al conjunto de las relaciones de servicio. Tal y como hemos visto al inicio de nuestro estudio, la redefinición integral de las relaciones de servicio operada por la hegemonía de las políticas neoliberales en los últimos treinta años se ha apoyado, fundamentalmente, en una erosión calculada de la legitimidad política y jurídica de una forma de organización social y económica, el denominado ‘Estado de Bienestar’, que, en base al carácter central de las políticas sociales, fundaba su sentido en un principio de redistribución del producto del esfuerzo económico común a través de los servicios públicos.²⁶⁷ El proceso neoliberal de

²⁶⁷ Entrecomillamos la categoría “Estado de Bienestar” para, siguiendo a Jesús Ibáñez, resaltar el carácter ideológico de dicha expresión. “Designa una cortina de humo mediante la que se intenta ocultar los niveles crecientes de explotación de los ciudadanos. Mediante la ficción del ‘Estado de Bienestar’ se ha logrado, por un tiempo, que los explotados se dejen explotar. (...) El término

liberalización del servicio televisivo, intenso en nuestro país desde comienzos de los años noventa, articuló un régimen de concurrencia que llevó a las cadenas públicas de televisión a una conversión mercantil en el seno de un mercado altamente competitivo en el que floreció un archipiélago nutrido de cadenas privadas. De manera generalizada, dicho proceso llevó a subordinar el valor de uso del servicio televisivo a la nueva centralidad de su valor de cambio mercantil. En ese contexto de redefinición, intensificado con la emergencia de las cadenas de TDT, la cualidad, la calidad y el sentido del servicio se vieron afectados: los criterios económicos y de negocio se impusieron en no pocas ocasiones a la dimensión ética que todo servicio público conlleva. Frases como “*a los de arriba, a los ejecutivos, les da igual producir latas de sardinas que televisión*” o “*están ahí y es una responsabilidad que yo prefiero no pensar...*”, expresan la tensión que implica la responsabilidad ética de los escritores en relación a los contenidos que elaboran y a sus públicos, en un contexto general de presión e imposición de los criterios de interés económico sobre otro tipo de consideraciones.

Amén de afectar al conjunto de las relaciones de servicio, la relevancia del vínculo de los guionistas con los consumidores y usuarios televisivos a través de los contenidos seriales de ficción descansa en las propias dimensiones antropológicas de la actividad lingüística. Tal y como ya hemos expuesto en páginas anteriores, el trabajo de guión implica una centralidad absoluta de la experiencia lingüística. Dicha experiencia se teje en la combinación de las tres dimensiones antropológicas del lenguaje (Boutet, 1998): *instrumental*, en el uso de lo que los ergónomos denominan como “lenguajes operativos”, que permiten el desarrollo técnico y concreto de las tareas particulares del campo laboral en el que se opera; *cognitiva*, en tanto hablar significa siempre tener que pensar, es decir, organizar y hacer inteligibles nuestros conocimientos; y *social*, puesto que el lenguaje es el medio privilegiado para la construcción de relaciones y vínculos

bienestar connota: *Bienestar*, oponiendo bien a mal, que la vida de los ciudadanos es satisfactoria. *Bienestar*, que esa situación satisfactoria es permanente. Ninguna de las dos presuposiciones es verdadera” (Ibáñez, 1997).

sociales. Son precisamente las funciones cognitiva y social las que destacan en el trabajo de los escritores de ficción televisiva serial, subrayando el carácter cognitivo de su actividad, así como su implicación subjetiva y la centralidad de la cualidad relacional de su trabajo, implícita en la relación de los guionistas con los públicos a través del uso y consumo de los contenidos televisivos que los escritores elaboran.

3.3.3.3. La cualidad afectiva del trabajo de guión

Por primera vez en la historia humana, hay una generación que ha aprendido más palabras y ha oído más historias de la televisión que de su madre.

Franco Berardi “Bifo”

Me lo contó Rosa María Mateo, una de las figuras más populares de la televisión española. Una mujer le había escrito una carta, desde algún pueblito perdido, pidiéndole que por favor le dijera la verdad; - Cuando yo la miro, ¿usted me mira?

Rosa María me lo contó, y me dijo que no sabía qué contestar.

Eduardo Galeano, *El libro de los abrazos*

No es un género como puede serlo el cine, que va de la cabeza del escritor y del productor a la cabeza del espectador. Aquí va de corazón a corazón, de estómago a estómago, y cuando se va enfriando el corazón del espectador hay que darle un giro a la historia.

Fernando Gaitán

El peso de la implicación subjetiva en el desarrollo de la actividad productiva de los escritores de ficción televisiva, conlleva que rasgos íntimos y personales de los trabajadores se coloquen en el centro de la esfera de las relaciones y del intercambio. Es lo que Mills (2002) denomina como “mercado de personalidad” y Hochschild (1983) define como “trabajo emocional” o “comercialización de los sentimientos humanos”: una cualidad de la actividad laboral que requiere del trabajador inducir sentimiento en su quéhacer para influir el estado mental y emocional de los otros, en el caso de los guionistas de ficción televisiva, los públicos televisivos. La relación entre el proceso de trabajo como proceso de subjetivación (Weeks, 2007) y el contenido emocional puesto en juego por la actividad de escritura de contenidos de ficción televisiva, subraya el carácter afectivo del trabajo de los guionistas al hibridar con la naturaleza igualmente afectiva del propio medio televisivo. Como apunta Guattari (1990a), al igual que ocurre con el conjunto de máquinas sociales que pueden ser catalogadas bajo la rúbrica general de “equipamientos colectivos”, las máquinas tecnológicas de información y comunicación, la televisión entre ellas, operan en el corazón de la subjetividad humana, no solamente en el seno de sus memorias y de su

inteligencia, sino también de su sensibilidad, sus afectos y sus fantasmas inconscientes. Desde este punto de vista, la producción maquina de subjetividad, objeto último de la producción de ficción televisiva de carácter serial, emerge directamente como esfera de producción afectiva que tiene como objetivo la penetración del universo sensible del telespectador. A partir de esta premisa, el trabajo afectivo de los escritores de ficción televisiva consiste, en última instancia, en poner a trabajar emocionalmente a los públicos televisivos.²⁶⁸

Tal y como apunta Calbo (1998), la experiencia afectiva es una modalidad particular de la relación del individuo con el mundo y consigo mismo. Una relación que posee una dimensión tanto corporal como cognitiva y que se mueve siempre en el orden de una interacción: entre un cuerpo y un medio, un sujeto y un objeto o un sujeto y otro sujeto. La implicación más relevante de esta observación es que el comportamiento afectivo no es una simple reacción mecánica que se desate exclusivamente de un proceso de tipo estímulo-respuesta. Aunque el comportamiento afectivo pueda ser catalogado como una reacción, su modo de actualización es más complejo e irreducible a un mero fenómeno de respuesta emocional: es siempre producción y acción. El comportamiento afectivo requiere de un auténtico proceso de producción para que los sentidos del telespectador generen la afectividad. Desde este punto de vista, los públicos televisivos se presentan como sujetos activos y productivos. Tal y como señala Jenkins (1992) siguiendo los análisis de Ien Ang, cuya labor investigadora se ha centrado fundamentalmente en el estudio de los consumos culturales, los públicos televisivos no buscan simplemente una consistencia interna en los relatos de ficción de carácter serial, sino que demandan igualmente una suerte de “realismo emocional”: los públicos ven las series de televisión no tanto como una verdad empírica, sino más bien como una “verdad emocional” en relación a sus propia experiencia vital. En palabras de la propia Ang (1985), “las situaciones y complicaciones concretas son observadas, fundamentalmente, como

²⁶⁸ Sobre *trabajo afectivo* se puede consultar Hardt (1999).

representaciones simbólicas de experiencias vitales más generales: peleas y pleitos, intrigas, problemas, felicidad y desdicha”. El “realismo emocional” demandado a los contenidos de ficción televisiva, no constituye una propiedad de dichos contenidos, sino que es una construcción interpretativa de los públicos a través de su actividad de significación y descodificación de las narrativas televisivas. El trabajo de los guionistas está orientado, precisamente, a asegurar y dar continuidad a un lazo de los públicos con los contenidos de ficción televisiva que los mantenga productivos en su continua actividad emocional en relación a dichos contenidos.

A partir de estas consideraciones, resulta evidente que la producción de ficción televisiva implica una dimensión y un sentido netamente afectivos. De esta manera, la relación de servicio en la que se ve implicado el guionista constituye un espacio estriado de comunicación en el que las disposiciones éticas y afectivas juegan un papel fundamental. La televisión es una máquina de producción de lo sensible (Lazzarato, 1996 y 2004) y la fabricación de contenidos de ficción sintetiza de manera eficaz su naturaleza afectiva: la producción de estados de ánimo y emociones permea, tanto la actividad explícitamente creadora de los guionistas, como la actividad formal de recepción de los telespectadores. Tal y como expresa Daniel Écija, socio fundador de la productora *Globomedia*, “las series de televisión son los terapeutas de la sociedad de hoy. (...) En este negocio se trata de emocionar y hacer sentir” (Pita, 2007). La televisión es para el telespectador y para el guionista un asunto de afectividad. Las series de ficción televisiva suscitan la emoción, la provocación o incluso una suerte de familiaridad íntima que a veces se asemeja a una atadura. Igualmente, procuran placer (Calbo, 1998). En la densidad de este campo abiertamente emocional, el objetivo de la actividad del escritor de ficción televisiva gira en torno a una actividad de extracción e inyección de sensaciones y afecciones del y en el telespectador, constituyéndose en representación paradigmática de la experiencia de afectividad.

El carácter afectivo propio del medio televisivo en general, y de los contenidos seriales de ficción en particular, se ha intensificado notablemente con una transformación del propio medio televisivo que Eco (1985) ha definido como “*el paso de la paleotelevisión a la neotelevisión*”. Si la paleotelevisión remite al modelo paradigmático del servicio público de televisión previo a la liberalización y la mercantilización integral del medio televisivo, la neotelevisión constituye un modelo mediático capaz de explicar la cualidad de los contenidos televisivos hegemónicos a partir de los años ochenta, punto cronológico de intensificación definitiva de la conversión general del servicio público televisivo en negocio. A diferencia del modelo paleotelevisivo, anclado en el monopolio de la “palabra legítima” y volcado en el desarrollo de un contrato fundamentalmente pedagógico con el espectador, el modelo neotelevisivo se funda en un doble movimiento del medio en su relación con los públicos: al mismo tiempo que se establece una relación fundada en la producción de complicidad y se reclama la participación, se desata el sentido del contenido televisivo como dispositivo de mercantilización del tiempo de ocio y la conversión de los públicos en sujetos objetivados como audiencias. En ese contexto, el primigenio registro pedagógico y normativo del mensaje televisivo experimenta un progresivo abandono en favor de un registro intimista, plenamente afectivo o, como señala Dominique Mehl (1994), compasional. Desde este punto de vista, la neotelevisión funciona en base a un pacto participativo con los públicos que requiere de una producción continua de implicación subjetiva y de identificación por parte de los telespectadores. Dicha producción funciona intensificando la función reponedora y de cuidados del relato televisivo, así como subrayando la centralidad de la conexión con los estados de ánimo de los públicos. La conversión de los mismos en audiencias descansa, precisamente, en la necesidad de objetivarlos estadísticamente con el fin de conocer e influir sus comportamientos mediante el estudio, entre otras cosas, de sus trazos más íntimos. Si la paleotelevisión era una televisión mensajera, la neotelevisión es misionera (Missika, 2006) o, como apunta la propia Mehl, terapéutica. La ficción televisiva encuentra en su carácter mayoritariamente serial uno de los fulcros de su función misionera y terapéutica,

puesto que la serie en su desarrollo temporal impone a los públicos una racionalidad propia del *rito*, es decir, una costumbre o ceremonia que, fiel a un mismo formato, siempre se repite de la misma manera. Como propone Virno (2006), el rito cumple siempre una función terapéutica, puesto que la praxis ritual descansa sobre lo que el autor italiano define como “defecto de semánticidad”, o sea, la compulsión a repetir los comportamientos y los discursos estereotipados. El discurso televisivo hegemónico y las pautas usuales de desarrollo de la industria de la televisión imponen este defecto de semánticidad tanto a la relación de los contenidos televisivos con sus públicos, como a los lenguajes y los discursos que resultan practicables por los trabajadores del guión en el ejercicio de su actividad productiva. Desde este prisma, el medio televisivo en sus versiones mayoritarias tiende a imponer a las narrativas de ficción y a los escritores una serie limitada de señales monocordes y una distancia con los públicos que convierte la función terapéutica de la televisión no sólo en un oximoron (una *cercanía distante*), sino en un espacio estriado de intersubjetividad simulada, generalmente ajeno a toda polifonía. Si el significado afectivo del medio televisivo resulta evidente, también es cierto que el universo televisivo de carácter hegemónico se define clásicamente por una relación con los públicos constituida mayoritariamente por una alteridad relativa, una intersubjetividad no dialógica y una accesibilidad al otro de carácter marcadamente unidireccional.²⁶⁹

Es una suerte de “rebelión de los públicos”, identificable en una galaxia múltiple de comportamientos y de usos de los lenguajes y las narrativas televisivas, la que está redefiniendo las pautas clásicas del medio televisivo. Dedicaremos el próximo apartado de nuestro estudio a analizar, precisamente, la cualidad de los públicos actuales en su relación con la producción, el consumo y el uso de contenidos de ficción serial televisiva.

²⁶⁹ Sobre los conceptos de “alteridad” e “intersubjetividad” se puede consultar Bakhtin (1984) y Vigotsky (1995).

CAPÍTULO 4

Más allá del telespectador: audiencias, públicos y *prosumidores* en la era de la potencia postmediática

Ahora bien, en este respecto hay que distinguir frecuentemente entre el público y los que se hacen pasar por sus representantes y portavoces. Aquél se comporta, desde muchos puntos de vista, de un modo muy distinto e incluso opuesto al de éstos.

Friedrich Hegel, *Fenomenología del espíritu*

Primera idea admitida: la sociología puede dar cuenta del consumo cultural, pero no de la producción. La mayor parte de las posturas sobre la sociología de las obras culturales aceptan esta distinción, que es puramente social: tienden a reservar para la obra de arte y para el 'creador' un espacio separado, sagrado, y un tratamiento privilegiado, dejando para la sociología los consumidores, es decir, el aspecto inferior de la vida intelectual y artística. Y las investigaciones, tratando de determinar los factores sociales de las prácticas culturales confirman aparentemente esta distinción, que no reposa sobre ningún fundamento teórico: en efecto, como trataré de demostrar, no podemos comprender la producción en aquello que ésta tiene de más específico, es decir, en tanto que producción de valor (y de creencia), si no tomamos en cuenta simultáneamente el espacio de los productores y el espacio de los consumidores.

Pierre Bourdieu, *Cuestiones de sociología*

Hay instalada en el inconsciente colectivo una idea arquetípica del medio televisivo ligada a la imagen de un espacio dicotómico definido únicamente por la relación entre un emisor y un receptor. Esta construcción mental, fundamentada en una concepción de la comunicación como actividad de transmisión y no de diálogo, encuentra su origen en la lingüística estructural y en el clásico esquema de Jakobson (1963): *emisor-mensaje-receptor*. A partir de este esquema, el medio televisivo es entendido como una máquina comunicativa de carácter lineal y unidireccional: la práctica y el discurso televisivos aparecen como resultado de un proceso de producción unilateral que distribuye los papeles de la interacción comunicativa entre un sujeto activo, la televisión, y un agente pasivo, el telespectador, entendido éste último a partir de la definición literal de *espectador* que proporciona el diccionario en la primera acepción que le otorga al término: *que mira con atención un objeto* (Real Academia de la Lengua Española, 2001).

Este arquetipo de la televisión constituye la base de las construcciones críticas del fenómeno televisivo. Dichas construcciones tienen en Adorno y Horkheimer (1974) su punto de arranque, impulsado por un análisis y una concepción crítica y peyorativa de la *cultura de masas* que, bautizada como *industria cultural* para resaltar su aspecto mecánico y automatizado, sujeta la creatividad al principio de estandarización y al beneficio económico, distinguiéndose de una cultura auténtica o elevada. Desde este punto de vista, los medios de masas, constituidos en industrias, ejercen una seducción permanente porque alivian, diluyen, hacen soñar despierto y sitúan al receptor en una permanente condición de espera y de esperanza. En esta perspectiva, la televisión cumple el mismo rol que Marx le atribuyó a la religión, convirtiéndose en una suerte renovada de opio del pueblo: el placer favorece la resignación que asegura la ayuda para olvidar (Adorno y Horkheimer, 1974). En esta perspectiva, los modelos de identificación que son propuestos por el medio televisivo y el conjunto de medios de masas aseguran a los públicos un estado permanente de pasividad: *la comunicación masiva conduce al silencio de las masas*. Como sostendría Adorno, se trata de una

auténtica anti-*Aufklärung*, en tanto que fuerza contraria a la conciencia crítica y a la mayoría de edad, proclive a la opresión de la propia posibilidad de pensamiento.²⁷⁰ A partir de estas premisas, el medio televisivo es susceptible de ser definido, tal y como hace Mander (1999), como instrumento peligroso que, a pesar de parecer útil, interesante, sano y valedero, lleva en realidad a las personas a un estado físico y mental apropiado para el surgimiento del control autocrático. De ahí que, como el propio Mander apunta, se haga necesaria la completa eliminación del fenómeno televisivo por el bien de la sociedad.

La perspectiva en la que se mueve nuestro análisis del medio televisivo a partir del estudio concreto del universo productivo de los escritores de contenidos seriales de ficción es radicalmente diferente. Partimos de una clara disociación en relación a la tradicional crítica progresista del medio televisivo, así como de una distancia significativa con una parte notable de los postulados de Adorno y Horkheimer que fundan y otorgan consistencia argumentativa a dicha crítica de la televisión. Tal y como apunta Maigret (2003), dichos postulados presentan al menos tres límites fundamentales. El primero de ellos remite a una concepción de la esfera cultural que resulta eminentemente elitista y rechaza toda experiencia relacionada con el disfrute y el placer inmediato (Jauss, 1978), ligando la experiencia artística a una toma de distancia, a cierta negatividad y a una suerte de ascetismo moral y estético: “la burguesía desea la opulencia en el arte y el ascetismo en la vida; sería mejor desear lo contrario” (Adorno, 1970).²⁷¹ El segundo de los límites de la crítica clásica a la cultura de masas reside en la escasa consistencia de su investigación, anclada en un déficit empírico que genera una concepción de la producción cultural estereotipada y monolítica,

²⁷⁰ *Aufklärung* es el término alemán que corresponde a *Ilustración*, el movimiento cultural desatado en Europa a partir del siglo XVII y que se constituyó en el marco conceptual más importante del desarrollo de la modernidad.

²⁷¹ “La industria cultural sigue siendo la industria del entretenimiento (...) La diversión es la prolongación del trabajo bajo el capitalismo tardío (...) Divertirse significa estar de acuerdo. La diversión sólo es posible en cuanto se aísla y se separa de la totalidad del proceso social, en cuanto renuncia absurdamente desde el principio a la pretensión ineluctable de toda obra (...) Divertirse significa siempre que no hay que pensar” (Adorno y Horkheimer, 1974).

unificada en sus efectos sobre los públicos.²⁷² En tercer lugar, su teorización reposa sobre presupuestos marcadamente románticos y abusivamente melancólicos, para los que existiría un mundo cultural auténtico, repleto de sentido, ontológico, y respecto al que la denominada cultura de masas no sería más que un declive y una pérdida de valores, una suerte de perversión.

Por el contrario, nuestra investigación del medio televisivo concibe la denominada cultura de masas, en toda la complejidad de sus diferentes articulaciones mediáticas, no como una cultura “otra” o como la componente “baja” de un idealizado sistema bipolar, sino como la auténtica esfera de “nuestra cultura”, tal y como propone Brancato (2007). Se trata del universo narrativo y estético fundamental en el que nos socializamos desde que nacemos. En definitiva, constituye el principal mundo de lo sensible en el que operamos como públicos. *“Por primera vez en la historia humana, hay una generación que ha aprendido más palabras y ha oído más historias de la televisión que de su madre”*, dice al respecto Franco Berardi (2003).

Como veremos a lo largo de este último apartado de nuestro trabajo de investigación, pese a la complejidad del fenómeno y al carácter ambivalente de nuestra experiencia como públicos de los medios y la cultura de masas, la actividad de recepción de sus productos se enmarca en una esfera de experiencia activa y productiva. Tal y como hemos adelantado en páginas anteriores, una de las particularidades de los productos de la cultura de masas, además de que su valor de uso consiste esencialmente en su contenido informativo y cultural, reside en el hecho de que el producto no se destruye en el acto de su consumo, sino que alarga, transforma y crea el ambiente ideológico y cultural de los públicos, puesto que la subjetividad constituye su contenido fundamental (Lazzarato, 1997). Desde este punto de vista, la producción no sólo recubre el propio acto de uso o de consumo, sino que el producto sigue produciendo y

²⁷² La concepción unificadora y monolítica llega al paroxismo en el ámbito musical con la categorización del jazz como elemento de expresión del capitalismo. Al respecto se puede ver: Adorno, 1941 y 1980.

“poniendo a trabajar” a su usuario o consumidor incluso mucho después de haber sido consumido o utilizado: como analizaremos en profundidad en este apartado, la actividad de recepción de los bienes culturales en general, y de los productos televisivos en particular, posee un carácter eminentemente activo y productivo (Becker, 1988; Hall, 1994; Pasquier, 2004). En este sentido, tal y como hemos visto en un capítulo anterior, la socióloga francesa Dominique Pasquier (2004) habla incluso del “trabajo del telespectador” para definir la actividad de recepción de los contenidos televisivos, una actividad que se ha complejizado, subrayando su carácter performativo con el creciente y potencial carácter interactivo y participativo de los bienes culturales gracias al desarrollo de Internet y de las redes sociales (Jenkins, 2006a).

A lo largo de nuestro trabajo de investigación de la escritura de contenidos de ficción televisiva y de sus actores fundamentales, los guionistas, nos hemos ido topando con rastros y elementos del carácter eminentemente activo y productivo de los públicos televisivos. Ya sea en el desarrollo de nuestro trabajo de campo y de nuestra experiencia de inmersión integral en el mundo de la fabricación de series de televisión en España, como en la actividad de análisis de aquellos autores y textos de referencia en el estudio de nuestro objeto de investigación, hemos ido confirmando la necesidad teórica y empírica de romper con los estereotipos del medio televisivo que conceden a los públicos y a la actividad de recepción un papel pasivo. Desde un punto de vista metodológico, consideramos de interés no solamente compartir los resultados de nuestra investigación de lo que con Pasquier denominamos “el trabajo de los públicos”, sino desplegar también el mapa del recorrido de nuestra labor teórica, construyendo el relato de las escenas y los personajes con los que hemos ido escribiendo el guión de nuestra mirada investigadora. Un elemento relevante de esa mirada en el cruce entre los escritores de ficción televisiva y los públicos mediáticos es la doble cualidad reflexiva y reversible que atraviesa la investigación de ambos sujetos y universos. En este sentido, el punto de partida está constituido por una proposición objetiva: los guionistas de televisión son, simultáneamente, públicos

televisivos. Toda investigación sobre el universo de los públicos es, al mismo tiempo, una investigación del universo de los guionistas.

4.1. Una mínima cartografía teórica y metodológica para el análisis del trabajo de los públicos

Watching as working.

Philip M. Napoli

-Pero leer es lo opuesto de trabajar -dijo Vic-. Es lo que uno hace al llegar a casa después de trabajar: relajarse.

-En este lugar -repuso Robyn-, leer es un trabajo. Leer es producir. Y lo que producimos es significado.

David Lodge, *¡Buen trabajo!*

Allí donde hay poder hay resistencia y sin embargo, o más bien por esto mismo, ésta no está jamás en posición de exterioridad con respecto al poder.

Michel Foucault

La naturaleza activa y productiva de los públicos televisivos se deriva fundamentalmente de su carácter de sujeto que otorga sentido, tanto (1) al producto en tanto que mercancía (a través del consumo), como (2) al contenido cultural e informativo de dicho producto (mediante la recepción y la interpretación del mismo). La actividad de los telespectadores constituye, en primer término, una acción de significación del producto televisivo, tanto desde un punto de vista económico como semiótico y cultural.

A partir de esta premisa, la primera estación en nuestro viaje por el estudio del carácter activo de los públicos televisivos posee una naturaleza ontológica: todo acto de recepción implica una actividad de interpretación. A través del trabajo hermenéutico que desarrollan los telespectadores, los contenidos y narraciones que contienen las series televisivas de ficción adquieren sentido y producen emociones, siempre conectadas con los universos de referencia y los contextos históricos en los que se activan: los públicos operan como *interfaz* en esa conexión. Esta perspectiva encuentra en Stuart Hall (1994) una de las propuestas

más potentes de comprensión del fenómeno, puesto que, lejos de concebir la interacción entre producción y recepción como un marco relacional de correspondencia y armonía, propone la recepción de los mensajes mediáticos como un espacio de conflicto permanente que viene definido a partir de la actividad de *descodificación* que realizan los públicos. Dicha actividad implica una conexión compleja de los telespectadores con los productos televisivos en la que no se observa una mera descodificación de significados prescritos, sino una verdadera acción de reelaboración subjetiva de lo que los públicos extraen a esos materiales culturales (Buonanno, 1999). Para Hall existen al menos tres posiciones hipotéticas en la vivencia de esa hermenéutica y esa resignificación de los productos culturales y mediáticos:

- *Posición dominante-hegemónica*: cuando un telespectador integra directamente y sin restricciones el sentido connotado del contenido televisivo, descodificando el mensaje en función del código de referencia empleado para codificarlo.
- *Posición negociada*: cuando el trabajo de descodificación implica una mezcla de elementos adaptativos y oposicionales. El telespectador reconoce la legitimidad de las definiciones hegemónicas que encierra el discurso para establecer significaciones abstractas, pero al mismo tiempo pone sus propias reglas de base a un nivel limitado y situado. Se trata de una posición cargada de contradicciones.²⁷³
- *O-posición*: cuando se produce una descodificación globalmente contraria y se opera con un código abiertamente oposicional, aproximándose a una ‘política de la significación’ y a una lucha en el seno del discurso.

²⁷³ Para ilustrar la posición negociada, Hall pone el ejemplo de la reacción de un trabajador frente a la información televisiva sobre una ley acerca de las relaciones industriales que limite el derecho de huelga o argumente a favor de una disminución de los salarios. “A nivel del debate económico ‘de interés nacional’, el descodificador puede adoptar la definición hegemónica y convenir en que ‘todo el mundo debe ganar menos para luchar contra la inflación’. No obstante, ese acuerdo de principio puede no tener ninguna relación con su intención de ponerse en huelga para obtener un mayor salario y mejores condiciones de trabajo” (Hall, 1994).

Desde este punto de vista, no hay razón para que un contenido mediático sea descodificado tal y como ha sido codificado. No obstante, el propio Hall apunta que resulta evidente que la coincidencia de sentido entre ambas esferas de actividad presenta una frecuencia probablemente mayor, es decir, que la descodificación de los contenidos mediáticos suele coincidir con el sentido concebido en la elaboración de dichos contenidos. Sin embargo, eso no significa que la descodificación constituya un círculo cerrado de reproducción del sentido inyectado al producto mediático por su productores: la hegemonía funciona como imposición de un sentido dominante o de una lectura preferencial, no como la única posibilidad hermenéutica transitable para los públicos. En palabras del propio Hall (1994), “decimos *dominantes* y no ‘determinadas’ porque siempre resulta posible situar, clasificar y descodificar un acontecimiento en el seno de varias posibilidades. Pero nosotros hablamos de ‘dominación’ porque existe un modelo de ‘lecturas preferidas’, esas que llevan el sello del orden institucional/político/ideológico y ellas mismas han sido institucionalizadas. (...) Las posibilidades se encuentran ‘estructuradas de manera dominante’, pero no cerradas. El proceso comunicacional no consiste en la fácil atribución a cada elemento visual de la posición que ocupa en el conjunto de códigos preestablecidos, sino en *reglas performativas* –reglas de competencia y de uso, de lógica práctica- que tratan activamente de imponer un dominio semántico (...) La semiología formal ha negado demasiado a menudo esta práctica de *trabajo interpretativo* (...) Hablando de *sentido dominante* no evocamos por tanto un proceso unilateral que rige la forma en la que todos los acontecimientos son significados. Es sobre todo cuestión del ‘trabajo’ necesario para poner en juego una *descodificación* del acontecimiento (...)”.

El hecho de que los actos de significación de los contenidos de la cultura mediática no posean un carácter predeterminado y unilateral, es precisamente el elemento que posibilita la existencia de diferentes posiciones de recepción o interpretación de los textos mediáticos. Como hemos visto, Hall indica tres posiciones posibles. Eco (1994), por su parte, propone dos posiciones

interpretativas diferentes en relación al texto televisivo: el lector “*ingenuo*” y el lector “*astuto*”. El primero descodifica la dimensión “mítica” y “primordial” del texto, mientras que el segundo es capaz de descodificar la dimensión “estratégica”. El lector “ingenuo” es un lector cerrado, puesto que recibe la realidad tal y como es dada. El lector “astuto”, que aprehende el texto a través de su estructura, es susceptible de reabrir la narración y recombinar sus elementos, pudiendo dar lugar hipotéticamente a universos de sentido más allá del horizonte prescrito de significación. Gutiérrez Alea (2009) propone unas claves analíticas de la recepción muy parecidas a las de Eco. Partiendo de la idea de que la contemplación no constituye una simple apropiación pasiva, sino que entraña en sí misma una cierta actividad, distingue entre un espectador “contemplativo” y un espectador “activo”. El grado de actividad depende para Gutiérrez Alea del sujeto y de su ubicación social e histórica, así como de las peculiaridades del objeto contemplado y de cómo éstas pueden constituir un estímulo para desencadenar en el espectador una actividad de otro orden, una acción consecuente más allá del espectáculo: “Así, cuando hablamos de espectador ‘contemplativo’ nos referimos a aquel que no rebasa el nivel pasivo-contemplativo; en tanto que el espectador ‘activo’ sería aquel que, tomando como punto de partida el momento de la contemplación viva, genera un proceso de comprensión crítica de la realidad (que incluye el espectáculo, por supuesto) y consecuentemente una acción práctica transformadora” (Gutiérrez Alea, 2009).

En el campo complejo de estas concepciones de la actividad de los públicos, la propuesta analítica de Michel de Certeau ha jugado en nuestra investigación un papel significativo, resultando un material importante a la hora de dar cuenta de la naturaleza activa de la recepción. Para Certeau (1990), como para Hall, la relación entre el producto mediático y sus públicos se presenta como un campo de conflicto. Si bien aquellos que colocan en el mercado textos y materiales mediáticos ejercen un poder sobre aquellos que los consumen, puesto que entre otras cosas determinan el código y las formas que vehiculan dichos materiales, no se puede deducir un sentido en-sí de los textos. Los productores formales de

sentido mediático son como los propietarios de tierras, que tratan de reglamentar el uso y el acceso a las mismas. Los consumidores resultan análogos a los cazadores furtivos que hurtan bienes de manera ilegal para componer su cotidiano. Los propietarios despliegan estrategias y acciones de control que tratan de atrapar a los consumidores, mientras que los cazadores furtivos desarrollan tácticas y actos informales de resistencia semiótica.

El análisis de la recepción propuesto por Certeau descansa sobre la conjugación de varios presupuestos fundamentales, entre los que destaca la ruptura con todo determinismo sociológico: no existe regla alguna que permita entender y predecir plenamente el comportamiento de los telespectadores. Tal y como apunta Maigret (2003), Certeau concibe la relación de los públicos con los contenidos de la cultura mediática a partir de la idea de un fenómeno caótico, en el sentido matemático, pleno de complejidad, cargado de variables que no resultan reducibles a ecuaciones predeterminadas. Como veremos más adelante, toda la dinámica económica de las industrias culturales y mediáticas bascula sobre la puesta en juego de estrategias y tecnologías de gobierno de los públicos que reduzcan esa complejidad, convirtiendo a los públicos en audiencias, es decir, en sujetos de un comportamiento predecible y calculable a través de su transformación estadística en objetos cuantificables.

Esta lógica de conversión de la recepción en un objeto supone cosificar no solamente a los públicos, sino la relación misma que éstos establecen con los contenidos televisivos: se trata de la objetivación de relaciones subjetivas. A partir de la lógica de cosificación, la construcción estadística de las audiencias procura intervenir y limitar dos de los rasgos característicos de todo acto de recepción: a) su naturaleza dialógica y b) su cualidad de praxis social abierta. Tal y como propone Hans Robert Jauss (1978) ambos elementos constituyen claves definitorias de las prácticas receptivas que desarrollan los públicos. Según Jauss, en el fondo de toda experiencia estética y de todo acto de recepción se encuentra una necesaria relación texto/lector, nosotros diríamos texto/telespectador, que

opera como una comprensión dialogada. Desplegando su análisis en la perspectiva de una hermenéutica literaria iluminada por una estética de la recepción, Jauss (1988) concibe ese diálogo de los públicos con las obras artísticas como actos de interpretación que encadenan una acción de recepción productiva. De esta forma, los públicos no sólo son concebidos como sujetos activos, sino que son catalogados como productores. En la base de la condición de público se encuentra un valor ontológico que podemos definir como capacidad de interpretación. Los públicos producen, antes que nada, una interpretación. Para que dicha capacidad productiva se active es necesario que el sujeto asocie su actividad comprensiva con cierto grado de placer: la percepción estética se liga a un tipo de comprensión que podemos definir en los términos de una comprensión placentera (Jauss, 1988).²⁷⁴ El carácter dinámico de esta concepción de la recepción y de la experiencia estética como praxis social productiva se pone de manifiesto al atribuirle la producción de tres funciones fundamentales: *poiesis*, como creación de un mundo propio; *aisthesis*, como renovación de la percepción de las cosas; y *catharsis*, como experiencia que se proyecta en el campo de la comunicación intersubjetiva (Jauss, 1979). En cualquier caso, más allá de las implicaciones y límites que las propuestas analíticas de Jauss puedan presentar para el caso concreto del medio televisivo, lo que resulta significativo para nuestro análisis es la tesis de que, lejos de remitir a un acto pasivo, toda recepción constituye una experiencia activa y productiva.

Esta naturaleza activa y productiva de la recepción se explica, antes que nada, por el carácter relacional de todo acto receptivo y de toda experiencia estética: la recepción es el acto básico mediante el cual los públicos proyectan su relación con los contenidos culturales y mediáticos. La definición de la categoría de *relación* que proporciona Pierre Rolle (1988) resulta pertinente para el razonamiento que estamos desarrollando. Lo interesante es que Rolle, operando en el seno de un análisis de los modos de producción, entendidos como esfera de

²⁷⁴ Sobre la comprensión placentera entendida como fabricación de placer por parte del espectador se puede consultar: Leveratto, 2006.

encuentro entre relaciones sociales y regímenes de trabajo, no sólo proporciona una definición del concepto de relación, sino que ofrece claves metodológicas que resultan muy oportunas para el estudio del carácter activo de los públicos televisivos. Su punto de partida es la descripción sociológica de un concepto general de relación. Así, para Rolle dicho concepto designa todas las conexiones observables desde cualquier ángulo que se den entre realidades cualquiera, pudiéndose definir la conexión como relación de similitud, de diferencia, de proximidad, de distancia, de proporción e, incluso, como relación paradójica de indiferencia. Desde este punto de vista, únicamente poseen sentido para la mirada sociológica aquellas relaciones que definen una estructura dinámica, un conjunto de movimientos recíprocos y encadenados que se despliegan en una duración propia. Dinamismo y reciprocidad son precisamente las características de una relación que se presenta siempre como interacción y que posee un valor explicativo tanto de la actividad de recepción en sí, como del carácter activo y productivo de los públicos televisivos, tal y como hemos podido observar a lo largo del desarrollo de nuestra labor investigadora y a través de las propuestas analíticas de autores como Hall, Certeau, Eco o Jauss. No obstante, la potencia del razonamiento de Rolle reside en el hecho de que las relaciones susceptibles de sentido sociológico sólo existen en la medida en que la lógica que encierran no es reducible a la acción de únicamente uno de sus elementos: “en otras palabras, que la interacción no se establece tanto entre el hombre y un objeto cualquiera, sino entre los hombres, individuos o grupos” (Rolle, 1988). En definitiva, lo que exige el análisis sociológico de los públicos en relación a su uso y consumo de contenidos de ficción televisiva es que, más allá de la relación con el contenido televisivo en sí, descubramos las relaciones sociales que subyacen a dicha interacción y que concibamos la propia recepción de textos y materiales mediáticos como una relación social, es decir, como una interacción que: (a) no consiste solamente en la relación de un sujeto con un objeto; (b) está constituida por un conjunto de movimientos recíprocos y encadenados; y (c) en la que la acción no recae únicamente en uno de los elementos.

A tenor de la propuesta metodológica de Rolle, la investigación sociológica de los públicos televisivos no puede circunscribirse únicamente al análisis del momento en el que el medio televisivo y los públicos convergen a través de la actividad de recepción. Tampoco basta con focalizar la atención únicamente en los procesos de reelaboración y resignificación que los públicos realizan a partir de su recepción de los contenidos televisivos. No es suficiente con el estudio de la relación del sujeto telespectador con el objeto televisivo. De manera simétrica a la perspectiva metodológica propia de la sociología de las relaciones salariales que, con Rolle a la cabeza, propone que el análisis sociológico del trabajo debe ir más allá del estricto marco espacio-temporal en el que trabajador y puesto de trabajo convergen, la actividad de los públicos requiere de un análisis complejo de al menos tres esferas sociales interconectadas: (1) los procesos y las cualidades de constitución social del medio televisivo y sus productos, centrando la atención en nuestro caso en los contenidos seriales de ficción; (2) los procesos y las cualidades de constitución social de los públicos y las audiencias; y (3) la materialidad de la relación entre las dos esferas anteriores, en la que se concretizan las diferentes formas y contenidos de la conexión del medio televisivo y sus productos con los públicos y las audiencias. En definitiva, no podemos considerar a los públicos como una categoría ya dada a priori, sin problematizarla ni dar cuenta sociológicamente de los mecanismos sociales, económicos, tecnológicos y políticos implicados en su constitución y su funcionamiento.

Sin embargo, la insuficiencia de una mirada que circunscriba su atención únicamente al momento concreto de convergencia entre públicos y productos televisivos no significa que el análisis de dicha convergencia no resulte importante. Es evidente que la cualidad y la racionalidad que contienen tanto los productos televisivos como los espacios y las herramientas materiales e inmateriales de su producción y distribución, contribuyen a la configuración de los públicos, influyendo de manera determinante en sus formas de subjetivación y en sus pautas de comportamiento. Sin embargo, se trata de una relación

recíproca, por decirlo con Rolfe, en la que los dos elementos, el medio televisivo y los públicos, hacen agencia funcionando ambos como *actantes* con influencia sobre el otro.²⁷⁵ A partir de la propuesta de Latour (2005) y de las implicaciones de la *Teoría del Actor-Red*, podríamos decir que en el campo de la producción y recepción de contenidos de ficción televisiva la acción no es algo generado por un agente identificable como tal, sino más bien una experiencia que se desarrolla en una red de eventos y transformaciones cuya estructura resulta dinámica y cambiante. No hay series de televisión sin públicos, ni telespectadores sin series de televisión. De hecho, es en la asociación entre ambos elementos donde se genera el sentido del fenómeno televisivo. Michel Serres (1991) habla de la existencia de *cuasi-objetos* y *cuasi-sujetos* para dar cuenta de posiciones híbridas ajenas a todo proceso de dicotomización. La televisión configura sus públicos y los traduce en audiencias, del mismo modo que las formas de vida y de subjetivación de los públicos contribuyen a configurar los universos de referencia del medio televisivo, tanto desde el punto de vista de sus lenguajes y sus estéticas, como de sus tecnologías materiales e informacionales. De esta manera, las entidades que conforman la red que constituye el ecosistema televisivo no funcionan como sujetos ni como objetos, sino que dan lugar a una posición entre éstos susceptible de traducirse en otra, según se incline hacia la condición de cuasi-sujeto o a la de cuasi-objeto, dependiendo del momento.

La violencia que introduce la naturaleza de industria del medio televisivo, siempre dependiente de la sujeción al principio de la rentabilidad económica y de la estandarización, consiste, precisamente, en la imposición de una racionalidad que no sólo trata de restituir en todo momento una relación dicotómica en la que se arroga para sí el papel de sujeto y atribuye a los públicos la cualidad de objeto

²⁷⁵ *Actante* es un término de la semiótica que cubre a la vez a los humanos y los no-humanos. Para Bruno Latour un actante es: lo que sea que actúa o mueve a la acción, siendo definida la acción como una lista de ejecuciones a través de ensayos; de esas ejecuciones son deducidas un conjunto de competencias con las que se dota al actante (Akrich y Latour, 1992). Latour (2005) rompe con la dicotomía humano-máquina y abre nuevas perspectivas en el estudio de las interacciones. En este sentido, el concepto de actante es un término relacional que consiste en la descripción de una entidad modificando la otra y conformando redes asociativas que operan como colectivos socio-técnicos.

mediante su conversión en audiencias, sino que, además, trata de imponer una neutralización de la reciprocidad, tanto a través de una continua expropiación de la creación de posibles, como mediante la imposición de soluciones y fórmulas preestablecidas (Lazzarato, 2004). Por decirlo usando el universo conceptual de Bajtin (1984), la industria televisiva como dispositivo de poder se enfoca en la transformación del plurilingüismo constitutivo de la comunicación televisiva en tanto que *actor-red* (Latour, 2005), es decir, como ecosistema de posiciones actantes y enunciaciones intercambiables, en un orden constituido en base al monolingüismo y la instrumentalización reductora de toda polifonía.

Tal y como veremos en profundidad más adelante, Henry Jenkins (1992, 2006a, 2006b y 2013) ha analizado en los últimos años esa batalla de manera muy interesante, ilustrando sobradamente su carácter abierto, así como las dinámicas creativas de producción y resistencia de los públicos en su afán, formal e informal, por practicar y defender su cualidad como sujetos de la enunciación y no sólo del enunciado televisivo. La categoría de *cultura convergente* (Jenkins, 2006a) trata, precisamente, de dar cuenta de un escenario en el que los cambios tecnológicos y el desarrollo de Internet y de las redes sociales, lejos de comportarse como meras infraestructuras, funcionan como instancias activas o actantes, a partir de su capacidad de acción transformadora sobre las relaciones entre los agentes enrolados en el medio o ecosistema televisivo entendido como una red. Es algo que ya hemos adelantado en un apartado anterior al definir la televisión como una realidad maquínica. Como señala Jenkins, en las dos últimas décadas hemos asistido al desarrollo de tecnologías que han llevado al medio televisivo a hibridar con otras máquinas de comunicación y con otros lenguajes sociales. En el seno de dicho fenómeno, el concepto de convergencia ha sido empleado para describir una corriente de cambios tecnológicos que han transformado tanto los modos en que los *media* circulan y se interrelacionan en el seno de nuestra cultura, como la cualidad de las interacciones de los públicos con

los contenidos mediáticos y viceversa.²⁷⁶ Tanto el medio televisivo en general, como los contenidos de ficción televisiva serial y las formas de producción de los mismos en particular, han experimentado procesos de transformación que se derivan de la convergencia mediática y del desarrollo de una cultura de carácter convergente que ha impulsado e intensificado no sólo el carácter activo y productivo de los públicos, sino su capacidad para tratar de imponerle a la industria la polifonía y la reciprocidad como elementos constitutivos de la comunicación televisiva.

En esta perspectiva analítica, la lectura de los trabajos de Amparo Lasén (2006, 2008, 2009 y 2010) nos ha resultado de gran ayuda. Su análisis de los usos de la telefonía móvil por parte de sus consumidores más jóvenes nos ha posibilitado complejizar la mirada sobre la interacción entre los públicos y el medio televisivo, entendiéndola como encuentros que se constituyen cada vez más a partir de mediaciones tecnológicas ligadas al desarrollo de los entornos digitales, Internet y las redes sociales. En la vivencia de dichas mediaciones, la acción resultante es una propiedad de entidades asociadas fruto del intercambio y la delegación de propiedades y competencias entre personas y artefactos (Lasén, 2010). Como señala la propia Lasén, “nos encontramos con una configuración cultural, social y personal de las tecnologías, pero también, recíprocamente, las personas y sus relaciones se ven transfiguradas por los usos y mediaciones tecnológicos, a través de esta agencia compartida entre personas y máquinas, donde no sólo están implicados usuarios y artefactos, sino también las condiciones de comercialización marcadas por operadores, servidores y propietarios de las plataformas, y las distintas regulaciones institucionales de dichos usos y prácticas”.

²⁷⁶ Pese a la relevancia que ostenta el cambio tecnológico en la configuración del concepto de cultura convergente, a partir sobre todo de la relevancia de los fenómenos de la digitalización y de Internet, con dicha categoría se hace referencia a mutaciones que tienen también índole cultural, económico, político, etc. “La convergencia mediática es más que simplemente un cambio tecnológico. La convergencia altera la relación entre las tecnologías existentes, las industrias, los mercados, los géneros y las audiencias. La convergencia se refiere a un proceso, no a un punto de llegada” (Jenkins, 2004).

La consecuencia teórica y metodológica de este universo de comprensión del encuentro entre el medio televisivo y sus públicos es la convergencia entre la cualidad de dichos públicos y la propia categoría de “lo público”, tal y como fue propuesta por Corsani, Lazzarato y Negri (1996) en su clásico estudio del trabajo inmaterial en la metrópoli parisina. Para estos autores, la conceptualización de lo público debe remitir a: (1) un espacio social de interactividad definido por la emergencia de necesidades y de deseos, de lenguajes y de potencialidades que exigen entrar en relación, ponerse en situación de construir un universo interactivo; y (2) un espacio social de interactividad en cuyo centro operan las subjetividades, siempre singulares, individuales y colectivas, en el desarrollo de un marco de enfrentamientos o en tanto que zona de negociación entre universos diferentes o, cada vez más con el desarrollo de las lógicas y las formas de vida reticulares, en tanto que contexto de cooperación productiva entre los propios públicos.

A mediados de los años cincuenta del pasado siglo, Wright Mills (1956) adscribía dos características sociológicas fundamentales a los medios de comunicación de masas. La primera era que un número reducido de personas tenía la capacidad y la potestad para comunicarse con una cantidad ingente de población. La segunda de las características indicaba que los públicos y las audiencias carecían de la capacidad efectiva para participar como emisores en un orden de la comunicación que se presentaba como experiencia marcadamente unidireccional. Aunque el universo mediático desde el que Wright Mills lanzó sus propuestas sociológicas sea notablemente diferente al contexto comunicativo de nuestros días, la pretensión de las corporaciones mediáticas y de las industrias culturales por controlar el sentido del flujo comunicativo y por sujetarlo a las lógicas mediáticas permanece inalterado. No obstante, la forma de articular su propósito sí se ha modificado. En un ecosistema comunicativo e informativo en el que los públicos han conquistado el derecho a una semántica y a una pragmática, las industrias de la comunicación de masas ya no concentran únicamente su interés en la imposición de su monopolio sobre la enunciación,

sino que se aplican en la instrumentalización y mercantilización de la creatividad rizomática y de la polifonía productiva propias de la condición actual de los públicos.

4.2. Entre públicos y audiencias: el carácter productivo del televidente como *teleactante*

Un objeto empírico que consiste en ser contado no es lo mismo que uno que consiste en ser escuchado.

Daniel Dayan

El público solamente puede ser controlado mediante la estadística.

Gabriel Tarde

Es fácil encontrar en el sentido común televisivo la analogía sistemática entre el concepto de *público* y la categoría de *audiencia* como elementos sinónimos e intercambiables. El propio diccionario opera como suerte de infraestructura lingüística de esta idea, al definir *público* como un conjunto de personas que participan de una misma afición o que acuden con preferencia a un determinado lugar, y remitiendo *audiencia* al público que atiende los programas de radio y televisión o asiste a un acto o espectáculo (Real Academia de la Lengua Español, 2001). En ambas definiciones encontramos la concepción de un conjunto de personas que operan como sujeto de su cualidad de públicos, que se movilizan y se constituyen en función de sí (sus aficiones) y de su propia voluntad, así como que se conforman efectivamente como público a partir de una ubicación y/o un evento compartido. La simetría de ambas definiciones da lugar a un mismo horizonte de sentido y de significado, al tiempo que articula una implícita analogía entre las dos categorías, los públicos y las audiencias.

Sin embargo, lejos de conformarnos con este tipo de definiciones y equivalencias, nuestro trabajo de análisis de los universos de la fabricación de contenidos televisivos de ficción, incluidos sus públicos, parte de la necesidad de una problematización de ambos universos, así como de sus momentos y procesos de interacción, conflicto y simbiosis. En este sentido, entendemos como necesaria una investigación del tipo de entidades colectivas que emergen a partir de la atención al medio televisivo. Esa problematización pasa, en gran medida,

por romper con el sentido común y con los usos semánticos que configuran los saberes inmediatos acerca del propio fenómeno televisivo.

Los trabajos de Daniel Dayan son una fuente conceptual realmente productiva para la articulación de dicha problematización.²⁷⁷ Este autor proporciona una definición de los públicos en los términos de una producción social de atención compartida, subrayando la necesidad de romper con toda definición de los mismos como conjuntos monolíticos. Desde esta perspectiva, el foco de la atención colectiva genera una variedad de “cuerpos” atentos, reactivos o receptivos, tales como audiencias, testigos, activistas, espectadores y otros muchos (Katz y Dayan, 2012).²⁷⁸ Entre esos diferentes “cuerpos” hay dos que son contruidos como anónimos y que merecen una atención especial: los *públicos* y las *audiencias* representan diferentes papeles en la economía de la atención social, así como difieren en relación a la naturaleza autónoma o heterónoma de su visibilidad.

Pese a que comúnmente concebimos a los públicos como simples receptores, es decir, como “cuerpos que responden” a un estímulo, no siempre es así: muchos públicos reclaman atención para sí y tratan de ejercer control sobre dicha atención, funcionando como proveedores de visibilidad, como agentes de una acción deliberada de mostrarse (Dayan, 2009), amén de como productores de nuevos contenidos elaborados por ellos a partir de su relación con el flujo televisivo. Como veremos más adelante, el fenómeno *fandom* ofrece tal vez uno de los ejemplos más potentes de públicos que no sólo operan como tales en tanto que grupos conformados en torno a la recepción compartida de un universo cultural o de un evento mediático, sino que se constituyen en comunidades que producen un ejercicio continuo de visibilización de sí, es decir, que se significan

²⁷⁷ Dayan, 2005 y 2009; Dayan y Abrantes, 2006; Katz y Dayan, 2012.

²⁷⁸ Empleamos la categoría de “cuerpos” porque es precisamente la que utiliza Dayan. Su uso nos resulta muy pertinente, puesto que indica el carácter corporeizado de las actividades y las producciones de subjetividad de los públicos. Sobre los conceptos de conocimiento corporeizado y subjetividad corporeizada se puede consultar: Haraway (1988) y McLaren (2002).

mediante ejercicios de enunciación que provocan la atención de otros públicos.²⁷⁹ Las comunidades de fans de series de televisión, por ejemplo, requieren sistemáticamente de otros públicos que presten atención a sus *performances* o sus producciones en Internet, y están deseosas de ser miradas, tratando sistemáticamente de visibilizarse. Como apuntan Katz y Dayan (2012), se trata de públicos que solamente existen en público.

A partir de la idea de *público* como un término genérico, Dayan propone la variable visibilidad como criterio clasificatorio a partir del cual componer la diferencia entre dos clases de públicos: *públicos plenos* (“*full*” *publics*), como colectivos cuya naturaleza requiere de una dimensión de visibilidad; y *audiencias*, cuyo hábitat es la esfera privada y su condición es la invisibilidad. Desde este punto de vista, podemos decir que los públicos no sólo ofrecen atención, sino que también la reclaman. Para ello necesitan operar como colectividades, mientras que las audiencias simplemente funcionan como agregados de individuos (Livingstone, 2005). En palabras del propio Dayan (2005), “un público no es simplemente un espectador en plural, una suma de espectadores, una adición. Es una entidad coherente cuya naturaleza es colectiva; un conjunto caracterizado por compartir sociabilidad, una identidad colectiva y un cierto sentido de esa identidad”.

Partiendo de estas premisas, podríamos hablar de los públicos como un paraguas genérico que contiene dos realidades muy diferentes: los públicos como *públicos-sujeto* y las audiencias como *públicos-objeto*. Los primeros operarían como motor de su propia composición grupal, como sujeto autodeterminado tanto de la recepción de los enunciados televisivos, puesto que se constituyen de motu propio como colectividad en torno a dichos enunciados, como de sus ejercicios de enunciación, puesto que la actividad de recepción implica una

²⁷⁹ La categoría *fandom* nombra al conjunto de aficionados a algún pasatiempo o fenómeno en particular. Se suele aplicar a comunidades formadas en Internet que discuten temas relacionados con su afición (<http://es.wikipedia.org/wiki/Fandom>). Sobre el fenómeno *fandom* se puede ver: Jenkins, 2006b y 2013.

práctica expresiva que resignifica y reelabora lo visto, es decir, una actividad colectiva de constitución de mundos a partir del mundo televisivo de origen. Las audiencias, por el contrario, serían únicamente sujetos de los enunciados televisivos, sin capacidad ni derecho a la enunciación, debido fundamentalmente a que su constitución carece de autonomía y presenta una ausencia total de expresión: las audiencias son siempre el objeto de otros y el resultado de construcciones estadísticas con valor comercial y/o demográfico. De esta manera, los públicos aparecen como sujetos de procesos susceptibles de autonomía, mientras que las audiencias constituyen una realidad heterónoma que se origina en el cálculo cuantitativo y en el interés ajeno.

Frente al carácter potencialmente autónomo de los públicos, las audiencias encuentran el origen de su naturaleza heterónoma en su cualidad de datos estadísticos. Tal y como explica Ibáñez (1985), la estadística permite un poder que se reserva el azar y atribuye la norma. Tanto en su dimensión descriptiva, que posibilita el recuento de los públicos en tanto que recursos humanos, como en su dimensión predictiva, que permite predecir y controlar su comportamiento, la estadística se presenta como un dispositivo de poder. Se trata de un *aparato de captura* en el sentido que Deleuze y Guattari (1994) le dieron al término, como máquina que hace converger dos operaciones diferentes: comparación y apropiación monopolística. En este sentido, la conversión estadística de los públicos en audiencias funciona como dispositivo de poder que convierte la sociabilidad televisiva en espacio general de comparación y en centro móvil de captura.

El intento sistemático de apropiación monopolística de los públicos por parte de las industrias televisiva y publicitaria a través de su conversión en audiencias se deriva de un régimen político y económico que necesita construir la producción y distribución de información, así como la comunicación social, en tanto que orden y beneficios. No hay valorización económica sin cálculo ni equivalencia. Como veremos más adelante, para la industria televisiva la centralidad de la estadística

reside en el hecho de que la transformación de los públicos en audiencias constituye la clave económica más relevante para su desarrollo. Dicha transformación incide de manera determinante en la imposición de una ecología mediática que trata de organizar la comunicación social a partir del propósito continuo de su capitalización económica. Como apunta Ibáñez (1994b) siguiendo a Deleuze y Guattari (1994), existen tres formas de organización: la *raíz*, en la que todos los puntos están encadenados a un punto al que convergen todos los caminos; la *radícula*, en la que ese punto ha abortado y los caminos se *enredan*, es decir, forman una red; y el *rizoma*, en el que no hay orden, todas las direcciones y sentidos son practicables. Tal y como ya hemos visto, las audiencias son el objeto de un ejercicio estadístico de heterodeterminación que encadena la vida de los públicos a un punto, no sólo arrebatándoles su potencial autonomía, sino restaurando el esquema emisor-receptor que establece la comunicación como una relación de dependencia: las audiencias son la conversión del público en factor del capital mediante la imposición del interés de la industria televisiva como *raíz* y vector de sentido.

Como señalan Hardt y Negri (2000), la infraestructura global de información y comunicación se caracteriza en la actualidad por la combinación de dos mecanismos diferentes, uno de orden democrático y otro de carácter oligopólico. La industria televisiva, es decir, las grandes cadenas y compañías de televisión, participan del segundo mecanismo: constituyen una realidad oligopólica que se define a partir de una producción centralizada, una distribución de masa y una comunicación pretendida y preponderantemente unidireccional que descansa, en gran medida, en la conversión de los públicos televidentes en audiencias televisivas. Este modelo oligopólico, lejos de funcionar como un rizoma, opera como una estructura de árbol que subordina todo a una raíz central. Por el contrario, el mecanismo democrático de la infraestructura global de información y comunicación se articula a partir de un modelo horizontal y desterritorializado. Internet es el eje vertebrador de este segundo mecanismo: un número indeterminado y potencialmente ilimitado de nodos interconectados se comunica

sin requerir de un punto central de control. El desarrollo de la telefonía celular y de los ordenadores portátiles ha intensificado todavía más este proceso de desterritorialización, imponiendo la centralidad de un modelo social de comunicación de naturaleza rizomática.

La potencia de este modelo democrático y rizomático no sólo ha logrado permear las dinámicas mediáticas clásicas, obligando a la industria televisiva a complejizar notablemente las estrategias y mecanismos de valorización de los públicos, sino que ha afectado al modelo comunicativo clásico que Raymond Williams (1976) propuso hace casi cuarenta años para el conjunto de países europeos. Dicho modelo se articulaba a partir de la distinción de cuatro sistemas de comunicación: (1) el *sistema autoritario*, en el que el monopolio de los medios de comunicación asegura la transmisión de las informaciones, las ideas y las actitudes seleccionadas por los grupos dominantes; (2) el *sistema paternal*, en el que el monopolio de los medios de comunicación y la censura se justifican por la idea de que ciertos grupos e individuos necesitan, en su propio interés y en el interés general, una protección contra ciertos géneros artísticos y de ideas que podrían resultar dañinos; (3) el *sistema comercial*, en el que el control se efectúa, en tanto que actitud práctica, en la operación comercial basada en el principio de libre competencia y en la racionalidad de la oferta y la demanda, otorgando centralidad a la monitorización del comportamiento de los consumidores; y (4) el *sistema democrático*, identificable en el campo de las experiencias locales y comunitarias de comunicación.²⁸⁰ Pese a que Williams establece una diferencia entre las cuatro esferas que acabamos de reseñar, con excepción del modelo democrático, el resto de sistemas han compuesto un híbrido en el que se han observado clásicamente trazos compartidos de una misma racionalidad. Por un lado, los procesos de liberalización del conjunto del universo mediático han sujetado definitivamente las dinámicas autoritarias y paternas a la lógica del modelo comercial. Por otro lado, dicho modelo se ha articulado manteniendo la

²⁸⁰ Sobre comunicación y televisión comunitarias se puede consultar: Pasquinelli, 2002; Halleck, 2010; Boyle, 1997; Sáez Baeza, 2007; Berardi, Jacquemet y Vitali, 2003.

centralidad de la pauta autoritaria y paternal, puesto que son los grupos dominantes quienes monopolizan en todo momento la decisión y seleccionan la cualidad de las informaciones y contenidos que se producen y circulan en los medios de comunicación de masas. El desarrollo de la ficción televisiva en España ilustra de manera paradigmática esta hibridación a través de uno de sus agentes más relevantes: la compañía Globomedia. Esta empresa productora de contenidos para televisión, motor destacado de la fabricación de productos seriales de ficción a partir de los años noventa del pasado siglo, combinó la importación del modelo comercial estadounidense con el desarrollo de un tipo estandarizado de serie caracterizado por formas de subjetivación y por contenidos narrativos reconocibles en los parámetros paternos y autoritarios propuestos por Williams. Fue precisamente la razón económica y la voluntad comercial de fabricar un género de productos de ficción televisiva que reuniera a toda la familia delante del televisor, es decir, que fuera capaz de ligar a diferentes públicos con un mismo producto, la que originó la expansión hegemónica del género de *dramedia* en la televisión española: un género “blando” y conservador en sus discursos, que fusiona drama y comedia en la confección de productos aptos para todos los públicos. Ese híbrido entre estrategia económica de rentabilización y conservadurismo en los contenidos ha definido, precisamente, la dinámica general de desarrollo de la ficción televisiva española a partir de la liberalización del sector televisivo en nuestro país.

Sin embargo, los viejos equilibrios y simbiosis, así como la hegemonía monocorde de las prácticas oligopólicas y unidireccionales que han caracterizado tradicionalmente al medio televisivo, han encontrado en el desarrollo de Internet y de las redes sociales un campo de desafío y de desequilibrio que ha obligado a la industria televisiva a complejizar sus estrategias de control y de capitalización de los públicos. El desarrollo de las nuevas tecnologías y de las redes, así como el importantísimo fenómeno de la digitalización, han roto con el monopolio de la atención sobre el aparato televisor, diversificando la propia atención y generando la emergencia de un *teleactante* conformado por una gama diversa de nuevos

agenciamientos posibles entre los públicos y las tecnologías. Este proceso ha contribuido a multiplicar la autonomía potencial de los públicos respecto a las industrias del entretenimiento, la posibilidad de articulación de comunidades y el salto desde la posición de espectador a la de productor de contenidos: ha surgido una cualidad de televidente convertido en *teleactante* que ha puesto en crisis, no sólo las formas tradicionales de uso y consumo televisivo, sino que han afectado a la propia categoría de audiencia erosionando la centralidad de la misma.

El hecho de que Internet y la forma red se sitúen en el epicentro de este proceso ha dotado a los públicos, entre sus modos de vida y sus formas de subjetivación, de la posibilidad de una lógica plenamente rizomática y descentralizada que ha volcado su carácter productivo hacia cotas crecidas de creatividad, pautas manifiestas de autonomía e independencia y experiencias autodeterminadas de cooperación. Además de su función básica en tanto que receptores que descodifican y significan el mensaje televisivo, hoy los públicos producen y distribuyen sus propios contenidos valiéndose de los dispositivos digitales al uso, en una experiencia de agencia con las nuevas tecnologías y con Internet que los convierte en auténticos *productores maquínicos* (Guattari, 1990a), protagonistas de un verdadero devenir potencialmente *postmediático* (Guattari, 1990b y 2006), es decir, capaces de nuevas prácticas sociales de emancipación y de producción de subjetividad que, atravesadas por la potencia rizomática de Internet y de la forma red, devienen independientes de un centro rector y, por tanto, de la sujeción a la industria mediática y televisiva. Como apunta Guattari (1990a), el nuevo contexto comunicativo constituye un territorio de ambivalencia. Por una parte, la producción maquínica de subjetividad por parte de los públicos se abre a la creación y a la invención de nuevos universos de referencia. De otra parte, se asiste a una intensificación de la *mass-mediatización* de las poblaciones.

En este nuevo y complejo ecosistema comunicativo, a la valorización capitalista de la comunicación y a la pauta mediática de carácter oligopólico ya no le basta con la transformación de los públicos en audiencias para seguir reproduciéndose.

Como veremos más adelante, la explotación de los públicos ya no pasa tanto por su disciplinamiento como audiencias, sino que se despliega a partir de su modulación en tanto que *teleactantes*. Al igual que ha sucedido con el conjunto de la sociedad, el ecosistema televisivo ha experimentado un desplazamiento desde una lógica de disciplinamiento de las poblaciones, hacia el despliegue de un *continuum* de estrategias de control.²⁸¹ Al mismo tiempo que ha aumentado la posibilidad de democracia y de emancipación para los públicos, se ha ensanchado el campo de posibilidades para su explotación por parte de las industrias mediáticas. Dicha explotación bascula fundamentalmente en torno a dos actividades complementarias: (1) una *producción artificial de escasez* y (2) una *apropiación del trabajo de los públicos*.

Como ya hemos visto en páginas anteriores cuando hemos analizado las implicaciones y el sentido de la propiedad intelectual y de los derechos de autor en el caso de los trabajadores del guión, la economía inmaterial e informacional se presenta como una economía de la abundancia en la que tanto la cualidad informacional de las mercancías, como la digitalización de los procesos y de los resultados de la producción, permiten una reproducción y una circulación potencialmente infinita de los bienes. Pese a ello, las industrias culturales y mediáticas basan su negocio en una producción artificial de escasez que cortocircuita con medidas legales y prácticas mercantiles el acceso universal y la reproducción pública de sus productos. Uno de los elementos fundamentales de esa producción de escasez artificial es la propiedad intelectual, que no sólo instaaura un régimen normativo de regulación de los bienes y de las actividades artísticas que designa los contenidos culturales como propiedad de las empresas y de las corporaciones, sino que trata de reducir a los públicos a meros consumidores para los que se prescriben las pautas mercantiles de acceso de los

²⁸¹ Deleuze (1986 y 1990) propuso la idea del paso de una sociedad disciplinaria a una de control. Sobre el asunto se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

bienes culturales y televisivos, mientras que se les proscriben las vías alternativas de disfrute y recombinación de los mismos.²⁸²

Al mismo tiempo, las industrias mediáticas y de la comunicación se enfocan en la vampirización de la producción de subjetividad que se localiza en las prácticas de sociabilidad y de cooperación de los públicos en la red. Se trata de la apropiación de un *común*, es decir de la sustracción de los resultados de una producción que se deriva de la interacción social misma y que está hecha de lenguajes, conocimientos, códigos, estéticas, información, afectos, etc. (Hardt y Negri, 2009). Una esfera compartida de producción social cuyos procesos y resultados no tienen una naturaleza privada ni pública, es decir, no son patrimonio ni de las corporaciones ni del Estado, sino que pertenecen a la gente (Bollier, 2008). Desde este punto de vista, y siguiendo la propuesta analítica de Lazzarato (2004), distinguimos los bienes públicos o colectivos, tal y como los define la economía política, de lo que catalogamos como *bienes comunes*. Éstos no son únicamente bienes que pertenecen a todos, como el agua, el aire, etc., sino que son también aquellos creados a partir de la racionalidad de la creación artística: como ya sabemos, el producto artístico es, por un lado, el resultado del trabajo del artista y, por otro, de la actividad del público. Es decir, los bienes comunes son siempre resultado de una *co-creación* y efecto de la cooperación de subjetividades cualquiera. Por ello, en su naturaleza se inscribe su carácter libre, infinito e inapropiable, puesto que su adquisición y disfrute no conlleva propiedad exclusiva alguna y su carácter compartido es precisamente la fuente de su legitimidad: en la era de Internet y de la reproducción digital de bajo costo, la información y la cultura resultan inagotables, razón por la que los bienes comunes de carácter informacional e inmaterial tienden a aumentar de valor a medida que más gente los usa (Bollier, 2008). La apropiación de esta esfera de lo común por parte de las industrias mediáticas y culturales, cuya dinámica práctica veremos más adelante, se inscribe en lo que Harvey (2003) ha denominado *acumulación por desposesión* para nombrar una dinámica generalizada de

²⁸² Sobre este asunto se puede consultar en el inventario la entrada “Propiedad como control”.

mercantilización de ámbitos y recursos de la vida social tradicionalmente ajenos a la racionalidad mercantil.

Una de las piezas clave de los procesos de producción de lo común por parte de los públicos y, por tanto, de las pautas de apropiación de su producto por parte de las corporaciones de la comunicación, es su carácter de *bioproducción*, es decir, el hecho de que es la vida misma de los públicos, en sus interacciones y producciones cotidianas, la que resulta objeto de la apropiación mercantil o, por decirlo de una manera más gráfica, la que es puesta a trabajar, a producir beneficio económico. La base socio-técnica de esta experiencia bioproductiva de los públicos, así como de la esfera bioeconómica que representa para las corporaciones, es la integración de la comunicación de masa con la comunicación interpersonal. Tanto el papel cada vez más relevante de la telefonía móvil, como la importancia creciente entre los públicos y sus consumos televisivos de redes sociales virtuales como *Facebook* o *Twitter*, ilustran sobradamente esta dinámica. Tal y como plantean Livingstone y Lunt (1994), las repercusiones metodológicas de este fenómeno son sustanciales, puesto que la clásica diferenciación entre comunicación de masas y comunicación interpersonal, establecida por una gran parte de los estudios sociológicos de la comunicación, se debilita y tiende a carecer de sentido en nuestros días.²⁸³ Desde este punto de vista, se hace necesario integrar ambas esferas de la comunicación en la investigación, así como reconocer su interdependencia, puesto que, como se pone de manifiesto en el campo televisivo actual, cada una de las dos participa en la construcción de la otra.

A partir de las ideas generales expuestas en torno a la diferenciación entre públicos y audiencias como habitantes de una realidad televisiva eminentemente compleja y ambivalente, así como de los análisis de la recepción como

²⁸³ La escisión entre comunicación de masas y comunicación interpersonal como dos esferas diferenciadas quedó sancionada formalmente con la fundación de una “Sociología de la comunicación de masas”, entendida como campo particular de conocimiento y de investigación, diferenciado del estudio sociológico de las pautas interpersonales de comunicación.

experiencia activa, entre televidente y *teleactante*, podemos proponer dos modelos diferenciados para el estudio del carácter marcadamente productivo de los usos y consumos televisivos. Por un lado, distinguimos *el trabajo de las audiencias*, cuya producción de atención es empaquetada y distribuida estadísticamente para su comodificación. Por otro lado, observamos *el trabajo de los públicos*, cuya capitalización no bascula tanto en la mercantilización de su atención, como en la explotación de la densidad de una actividad colectiva, formal e informal, de creación de contenidos, lenguajes, narrativas y formas de vida en la red. Ambas cualidades de trabajo serán el objeto de nuestra atención en las próximas páginas.

4.2.1. El trabajo de las audiencias televisivas

La pérdida de cualidad, tan evidente en todos los niveles del lenguaje espectacular, de los objetos que ensalza y de las conductas que rige, no hace más que traducir los rasgos fundamentales de la producción real que anula la realidad: la forma-mercancía es de parte a parte la igualdad a sí misma, la categoría de lo cuantitativo. Desarrolla lo cuantitativo y no puede desarrollarse más que en ello.

Guy Debord

(...) con el público: el público de los consumidores que conforman el mercado. Ese mercado en el que entra no sólo con su fuerza de trabajo sino toda su corporeidad, con alma y corazón, es para él, en el momento del desempeño que le corresponde, tan poco aprehensible como lo es para cualquier otro producto elaborado en una fábrica.

Walter Benjamin

En un contexto televisivo como el actual, marcado por la predominancia y la centralidad de la lógica comercial, tanto en la esfera de las cadenas privadas como en la de las públicas, no resulta exagerado plantear que el producto fundamental de la televisión es la relación con los públicos (Paracuellos, 1993). La fidelización de los mismos a los contenidos televisivos y, a partir de esta dinámica, su confección y distribución en audiencias que son vendidas en el mercado publicitario, constituyen dos elementos clásicos de la economía política del medio televisivo. Si bien es cierto que la diversificación de modelos de televisión, con el desarrollo del *cable* y del *pago por visión* (PPV)²⁸⁴, ha complejizado la trama económica de la televisión y las pautas de relación de las cadenas con los públicos, no es menos cierto que la racionalidad comercial y el fenómeno publicitario, a veces de forma visible y otras de manera invisible,

²⁸⁴ La televisión por cable es un sistema de abono a un servicio de televisión que es prestado a los consumidores a través de señales de radiofrecuencia que se transmiten a través de fibras ópticas o cables. La modalidad PPV es una forma de televisión de pago en la que el abonado paga por los eventos individuales que desea ver. La dinámica publicitaria en televisión puede presentarse de manera visible o invisible. Hay una publicidad que se mueve en el orden de la denotación: los anuncios. Existe otra publicidad que se mueve en el terreno de la connotación: el *product placement* o la asociación invisible del contenido televisivo con una marca, por ejemplo, la relación comercial entre la serie *Mad Men* (HBO) y *Banana Republic*: en vez de anunciarse explícitamente, la compañía marca la estética de la serie vistiendo a sus actores y actrices.

siguen teniendo un carácter omnipresente y continúan funcionando como principios de realidad y de sentido para el sector de la televisión en su conjunto.

Hace más de sesenta años, Dallas Smythe fue el primer investigador que, atreviéndose a cuestionar el romanticismo y el generalizado talante acrítico de los estudiosos de los medios de comunicación de masas en Estados Unidos, propuso que la economía política de los medios de índole comercial constituía el elemento con mayor valor explicativo de la cualidad de los procesos y las prácticas mediáticas. Smythe (1951, 1981 y 1994) definió la transformación de los públicos televisivos en audiencias a partir del concepto de mercancía, señalando que los contenidos televisivos, incluidas las series de ficción, operan en realidad como medios de producción de las audiencias, verdaderas mercancías que son vendidas en el mercado publicitario y que funcionan como el elemento más relevante del negocio televisivo. Desde este punto de vista, la cualidad mercantil de las audiencias descansa fundamentalmente en el valor de cambio que éstas contienen para los canales televisivos y los anunciantes: “en términos económicos, la función de los *mass media* en este sistema es producir audiencias preparadas para convertirse en diligentes consumidores (...) El verdadero producto final es la mercancía para ser vendida. La audiencia producida por los *mass media* no es más que parte de los medios destinados a ese propósito” (Smythe, 1994). La prensa, la televisión y la radio no producen principalmente noticias, entretenimiento u opiniones. En realidad, la función primordial de las noticias, el entretenimiento o los contenidos editoriales es producir audiencias para ser vendidas a los anunciantes. Desde este punto de vista, el propósito de los contenidos seriales de ficción televisiva no es otro que confeccionar audiencias para ser vendidas. En este esquema, los guiones de televisión constituyen medios de producción para la fabricación de unos contenidos de ficción que, pese a contener un incuestionable valor de uso para los públicos televisivos, operan en realidad como medios de producción de las audiencias.

Estas consideraciones no sólo afectan a la cualidad de las audiencias televisivas, sino que informan acerca de la naturaleza económica de los propios contenidos televisivos, reclamando un análisis de los mismos que tenga en cuenta su función como elementos de mediación entre la industria televisiva y la publicitaria, es decir, su carácter de producto intermedio: el objetivo de gran parte de las cadenas de televisión no es tanto la venta de programas como la venta de audiencias. Desde esta perspectiva, los costes de producción de una serie de ficción televisiva, incluido el gasto en guionistas, directores, productores y editores, actores y actrices, diseñadores de vestuario, sets de rodaje, etc., aparecen como costes de producción de las audiencias.

Evidentemente, esta perspectiva económica no desconoce el imprescindible valor de uso de los contenidos de televisión, desde el que se despliega el carácter de usuarios y consumidores de los públicos televisivos y de las audiencias. Es precisamente en el terreno de este valor de uso de los programas en el que se observa la primera de las dos dimensiones del trabajo de las audiencias, aquella que remite al consumo y al uso de los contenidos televisivos, es decir, al acto de la recepción. Se trata de la condición misma de televidente: para constituirse en audiencia es necesario ver la televisión. Como ya hemos señalado en páginas anteriores, lejos de remitir a un campo pasivo de experiencia, la recepción de programas televisivos constituye un campo eminentemente activo, cuya materialidad pasa por un trabajo constante de decodificación, interpretación y significación de dichos programas. En este sentido, los telespectadores somos agentes de una producción corporeizada de atención hacia el medio televisivo. Dicha producción opera en los términos de un verdadero trabajo desde el momento en que la atención que fabricamos es formateada y convertida en audiencias que son vendidas en un mercado. Considerando dichas audiencias como auténticas mercancías, su valor de uso está constituido, precisamente, por la atención que producimos en tanto que telespectadores y televidentes.

Desde este punto de vista, nuestro trabajo de atención no sólo es fuente directa de

beneficio económico ajeno, sino que funciona como campo de producción de un plusvalor que viene determinado por el diferencial entre los costes de fabricación de los contenidos que las cadenas emiten y los ingresos publicitarios que éstas obtienen, es decir, la diferencia entre lo que pagan por los programas y el precio por el que venden sus audiencias, base de su rentabilidad económica y objeto de su negocio. Jhally and Livant (1986) denominan esta diferencia como “tiempo excedente de visionado” (*surplus watching time*). Como ocurre con todo plusvalor, este excedente es el objeto de una explotación: el trabajo de atención de los telespectadores no está sujeto a pauta alguna de remuneración. Si bien pudiéramos inclinarnos a considerar el “disfrute” de los propios contenidos y emisiones televisivas como retribución por visión, puesto que salvo en el caso de la televisión de pago el acceso a dichos contenidos y emisiones resulta generalizado y formalmente gratuito, esta suerte de “pago en especias” se mueve más bien dentro de una *lógica del don* (Mauss, 2009; Ibáñez, 1992): nos genera una deuda con las cadenas que opera como lazo que nos fideliza al medio televisivo.²⁸⁵ Dicha fidelización posee una intensidad notable y se relaciona con una tasa de explotación de las audiencias que no ha dejado de incrementarse en los últimos años. En lo referente al plusvalor absoluto, es decir, al aumento de la masa de plusvalor mediante el alargamiento del tiempo de trabajo-atención de las audiencias, los datos no dejan lugar a dudas: si en 2004 y 2006 la media diaria de tiempo delante del televisor por individuo en España era de 217 minutos, en 2008 era ya de 227 minutos, en 2010 de 234 minutos y en 2012 de 246 minutos.²⁸⁶ Teniendo en cuenta que un día consta de 1440 minutos, el telespectador español medio dedicó más de un 17% del tiempo total de cada día a trabajar como televidente en 2012.²⁸⁷

²⁸⁵ Sobre la *lógica del don* se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

²⁸⁶ Los datos que aportamos han sido extraídos de los sitios en Internet: <http://alturl.com/2ehm5>, <http://alturl.com/6cy8x>, <http://alturl.com/g7caj>.

²⁸⁷ Estas cifras solamente tienen en cuenta el tiempo de exposición de los telespectadores al televisor, ignorando otras pautas de uso y consumo televisivo como el visionado en ordenadores u otros soportes digitales. Por ello, las cifras reales serán seguramente mayores.

Sin embargo, la producción de atención que se deriva de nuestra condición de televidentes no es suficiente para convertirnos en audiencias: no basta con ver la televisión para devenir *telespectadores-mercancía*. Tal y como ocurre con el conjunto de mercancías, la relación entre el valor de uso y el valor de cambio del producto-audiencia se vuelca sobre el segundo de los términos, máxime a partir de la prioridad por la rentabilidad y el negocio que preside el funcionamiento y el desarrollo del sector televisivo. Como ya sabemos, no todos los públicos televisivos son audiencias, únicamente lo son aquellos televidentes que son contruidos, clasificados y distribuidos como audiencias a través, fundamentalmente, del cálculo estadística. Si lo que nos hace públicos televisivos es nuestro impulso a ver la televisión, nos convertimos en audiencias cuando somos modelados como objetos por el interés y cálculo de otros: sólo es audiencia aquel telespectador que resulta objetivado en los índices de audiencia. Como apunta Meehan (1984), lo que en realidad resulta intercambiable en el mercado mediático son los índices de audiencia (*ratings*). Desde este punto de vista, la mercancía principal en el ámbito televisivo está constituida por los datos sobre el tamaño, la composición y el comportamiento de los usos y consumos televisivos: la audiencia como mercancía es el resultado de un acto de cosificación de los públicos. Ese ejercicio de cosificación viene determinado por el interés económico y por la la comodificación de la experiencia televisiva, que imponen una racionalidad que restringe y reformula las propias técnicas de medida, transformándolas desde su inicial posición de herramientas de la investigación científica hacia su condición de artefactos para el negocio y la táctica empresarial en la lucha de las corporaciones mediáticas por el control del mercado, la rentabilidad y el beneficio. Desde este punto de vista, los índices de audiencia no cuentan a los telespectadores en general, sino que solamente se interesan por aquellos que, en tanto mercancía-audiencia, resultan vendibles a los anunciantes (Meehan, 1990).

Al igual que ocurre en el consumo, donde las marcas ya no marcan al producto, sino que marcan al consumidor como miembro del grupo de consumidores de la

marca (Ibáñez, 1994b), los públicos televisivos son cosificados como audiencias mediante ejercicios de clasificación, orden y medida a partir de los programas y contenidos de televisión que ven. Dicha estrategia distributiva se despliega en el uso de diferentes coordenadas operacionales:

- *Audiencia potencial*: todo individuo susceptible de consumir un producto televisivo a través de su emisión.
- *Nicho de audiencia*: una parte de la audiencia potencial que según ciertos precedentes puede aventurarse y que se puede convertir en audiencia real.
- *Audiencia real*: el número de personas que siguen un programa.
- *Índice de audiencia*: porcentaje de la audiencia real respecto a la audiencia potencial que sigue la emisión de un determinado producto.
- *Target*: la audiencia tipo de un programa o por el perfil del espectador buscado por éste.
- *Share*: reparto de las audiencias reales entre todas las cadenas expresado en porcentajes.

De la misma forma que se serializa y codifica tanto el proceso de fabricación de ficción televisiva como sus productos, las audiencias son el resultado de una codificación cualitativa y de una serialización estadística. El origen de esta operación vital para las empresas mediáticas radica en el carácter aleatorio e incierto de los valores de uso generados por los productos que ofertan dichas empresas en el mercado de atención: la suerte de un producto cuyo contenido básico es información y subjetividad se juega en la relación absolutamente subjetiva, a priori imprevisible, de los telespectadores con dicho producto.

Desde este punto de vista, la audiencia representa un dispositivo de control y reducción de la incertidumbre mediante la serialización de la relación de los públicos con el medio televisivo.

A partir de la relevancia integral de los públicos para las cadenas, la producción y distribución de audiencias se despliega en un contexto económico determinado tanto por el peso de la demanda en el desarrollo de los ciclos productivos y de las estrategias de las empresas, como por el carácter maleable y cambiante de los mercados. De esta manera, el sector televisivo se presenta como un mercado caracterizado por una intensa competitividad, lo que subraya sobremanera la centralidad estratégica de la gestión de la relación con la demanda en los términos de un permanente ejercicio de fidelización. En este sentido, la actividad de programación ha constituido clásicamente el elemento de competitividad entre las cadenas y la clave para la fidelización de las audiencias.²⁸⁸ Ya sea mediante la *confrontación directa*, en la que se opta por captar los mismos *target* que la competencia, o a través de la *coexistencia complementaria*, con la que se busca un tipo de oferta diferente cuando un programa televisivo ya ha establecido una audiencia y no se puede competir contra él, la acción de programación ha funcionado tradicionalmente como el engranaje fundamental para la fidelización de los telespectadores por parte de las cadenas. Las estrategias más importantes en este sentido ha sido clásicamente:

- *Colocación de cimientos*: consiste en establecer un horario fijo que permita al telespectador, sin necesidad de recurrir a la “cartelera”, tener un conocimiento estable sobre la programación. La lógica estratégica es la de la producción de un hábito automático de consumo basado en la certidumbre.

²⁸⁸ Gran parte de la información sobre estrategias de programación la hemos obtenido de la Wikipedia: <http://alturl.com/j6u2g>

- *Trasvase de público*: se trata de la búsqueda de mecanismos para asegurar la continuidad y evitar, en la medida de lo posible, el *zapping* (huir de la publicidad) y el *flipping* (huir de un programa que no interesa). Los bloques de publicidad no desaparecen, pero se aplican mecanismos que sirven para enlazar dos productos en emisión consecutiva y no perder la audiencia del programa anterior. Este tipo de estrategias suele apoyarse en la publicidad del segundo producto dentro del primero.

- *Tirada diaria*: las programaciones tienen un esquema vertical (las diferentes franjas horarias que componen un día de emisión), pero es muy importante la consideración horizontal (la misma franja horaria de emisión en los diferentes días de la semana). Como es poco habitual que el telespectador consulte la programación de una cadena, se trata de familiarizarlo con los contenidos de la misma a través de la programación de espacios similares y géneros comunes en las mismas franjas horarias a lo largo de la semana. Las ventajas de este tipo de estrategias son la producción de un concepto fácil de memorizar, estabilizando tanto los hábitos de consumo del telespectador, como la propia dinámica publicitaria. Sin embargo, esta estrategia no resulta operativa para el *prime time*, ya que se trata de un horario estelar y el telespectador espera un acontecimiento que rompa la rutina.

- *Punta de lanza*: se trata de distribuir los programas dentro de la parrilla para obtener la mejor rentabilidad posible. Para ello se colocan en la apertura de cada franja horaria los programas de mayor rendimiento.

- *Hamaca*: consiste en arropar un nuevo programa para conseguir que cuaje. Previamente a la emisión de un nuevo contenido inédito se emite uno que el programador sabe que va a funcionar, de tal manera

que el primero arrastre al telespectador hacia el segundo.

- *Mástil*: es la estrategia contraria a la anterior, ya que se coloca el nuevo producto entre otros que no tienen tanta audiencia. El éxito del nuevo programa podría avivar las audiencias de los programas previos y posteriores.
- *Golpe de efecto*: a veces se producen golpes de efecto para evitar el posible cansancio que puede generar la rutina en la programación.
- *Dúplex*: se trata de alargar la duración de la emisión de un producto de éxito, tal manera que los telespectadores permanecen más tiempo viendo una misma cadena. Como en las series de ficción esta estrategia resulta problemática, lo que se suele hacer es enlazar dos capítulos de temporadas diferentes.

No obstante, la evolución del medio televisivo ha ido erosionando paulatinamente la centralidad unívoca de la programación como estrategia para la captura y fidelización de los públicos televisivos: la llamada *televisión a la carta* ha permitido el acceso a contenidos de forma personalizada; la generalización del *zapping* en un entorno televisivo con un número creciente de cadenas que han multiplicado exponencialmente la oferta de programas ha provocado una transferencia de la función de programación a los telespectadores, que se construyen sus propios recorridos televisivos diarios; y, sobre todo, la generalización del uso y consumo de televisión a través de Internet, mediante la descarga de contenidos, las redes P2P o el visionado *online*, ha provocado que la programación pierda parte de su relevancia estratégica, al mismo tiempo que se ha intensificado el papel de otro pilar básico de la gestión de la relación con los telespectadores por parte de las cadenas: el marketing televisivo.

Las actividades de marketing incluyen todas las acciones y relaciones

comerciales encaminadas a elaborar, distribuir y, en ocasiones, vender servicios de televisión a telespectadores, así como la oferta y comercialización de tiempo de programación y audiencias a anunciantes e intermediarios publicitarios. Debido al carácter diversificado de la actividad económica de las cadenas de televisión, centradas tanto en la construcción de audiencias, como en la venta de las mismas a anunciantes, el marketing televisivo posee dos interlocutores diferenciados: los públicos y el mercado publicitario. El marketing despliega en su relación con los públicos una actividad que encuentra su sentido no tanto en un ejercicio de venta, como en una acción múltiple de producción de subjetividad que se desarrolla a través de la promoción publicitaria de los programas (*spots* y anuncios), la presencia en revistas y portales especializados en televisión, así como una actividad continuada en los entornos digitales, con una relevancia creciente de las redes sociales y los foros en Internet ligados a los diferentes productos y programas. El marketing televisivo, por tanto, no solamente construye su producto -las audiencias-, sino que mediante esta gama de artefactos convoca al telespectador, le activa y teje una relación con él en la que sus modos de vida y sus formas de subjetivación se integran al propio ciclo de la producción de televisión. El marketing es, ante todo, producción y gestión de la información. Como señala Ibáñez (1994b), el vocablo información implica dos tipos de movimiento: *informarse de*, es decir, extraer información acerca de aquello que se quiere conocer; y *dar forma a*, como acción de inyección de neguentropía para ordenar un desorden o controlar una incertidumbre. Ambos movimientos son, precisamente, el objeto del marketing televisivo en su trabajo con los públicos: desarrollo de un doble proceso informativo de extracción y de inyección que permita al sector televisivo respirar con el telespectador, conectando sus ejercicios de enunciación y su producción de subjetividad con los modos de vida y las formas de subjetivación de los públicos y viceversa, para, en esa conexión, generar lazo y desplegar las pautas de objetivación que darán lugar a las audiencias.

Ese campo de actividad en torno a los modos de vida y a las formas de

subjetivación, encuentra en la acción de las audiencias uno de sus principios constitutivos. Junto al acto mismo de la recepción, primera esfera del trabajo de los públicos y las audiencias, existe un segundo nivel interrelacionado de actividad: los telespectadores trabajan sobre sí mismos mediante el uso y consumo de contenidos televisivos como parte esencial tanto de la constitución de sí, como de la construcción de su identidad colectiva en tanto que *fans*, consumidores o gupos fieles a determinadas marcas (Artz, 2008). En este sentido, las audiencias funcionan como *teleactantes* que, construyéndose a sí mismas como telespectadores y constituyéndose en tanto que consumidores a partir del agenciamiento con los contenidos televisivos, no sólo operan como una suerte de fuerza de trabajo invisible y sin estatuto laboral, sino que coproducen junto a dichos contenidos el universo de sentido en el que éstos se insertan. Como señala Bourdieu (1985), *“cada receptor contribuye a producir el mensaje que percibe y aprecia, aportando todo lo que constituye su experiencia singular y colectiva”*. Sin esa producción de sí a partir de la experiencia vivida por el telespectador y de su interacción con el medio televisivo, no habría universo en el que insertar el discurso de la televisión ni mundo con el que conectar el contenido informacional de sus productos. Desde este punto de vista, al igual que ocurre con las formas de gobierno biopolítico, que requieren la participación activa de los individuos e implican la producción de sí en tanto que gobierno de sí mismos (Foucault, 2005), el medio televisivo y su construcción de las audiencias necesitan de la constitución de sí y de la actividad de los telespectadores. En tanto que dispositivo de gubernamentalidad y de control de los públicos, la producción de las audiencias incide en procesos de normalización y disciplinamiento tanto a través de la regulación exterior de los sujetos, como de la colonización por parte de la racionalidad mediática de las relaciones mediante las cuales los sujetos se constituyen a sí mismos.

Los índices de audiencia, como artefactos de regulación exteriores a los públicos, hacen de éstos poblaciones controlables y manejables, es decir, los gobiernan y normalizan. De esta manera, la audiencia aparece como un dispositivo que no

sólo opera en el orden económico a través de la conversión de los públicos en mercancías, sino que se constituye en un dispositivo securitario que le otorga a las industrias mediáticas la capacidad de gobernar la recepción mediante la conversión del azar en norma y de la incertidumbre en regularidad. Su efecto de poder es tan notable que, además de regular la economía de la atención, penetra también la esfera de la producción formal de los contenidos televisivos como destacada herramienta patronal de gobierno de los trabajadores.

Para ilustrar este fenómeno sirve el relato de la dinámica propia de los equipos de trabajo implicados en la producción de la serie *Hospital Central*, territorio fundamental en el que hemos desplegado nuestra labor de campo en el desarrollo de nuestra investigación. Todo, absolutamente todo, en la vida de los sujetos y los procesos productivos implicados en la fabricación de la serie se hacía depender de los índices de audiencia. La mañana siguiente a la emisión de un episodio, tanto el equipo de guionistas como el encargado de la producción ejecutiva corrían a conocer los datos de *share*, es decir, la distribución de las audiencias entre el conjunto de cadenas, como elemento de validación del proyecto televisivo en el que estaban implicados. De esta manera, los índices de audiencia funcionan como principio de realidad y régimen general de gobierno de los propios procesos productivos.

Se trata de una verdadera *gubernamentalidad* en el sentido que Foucault (1979, 1981 y 1984b) le dio a dicho concepto: un poder que no posee una naturaleza negativa, sino que produce realidad mediante “rituales de verdad” y formas de producción de subjetividad que incluyen al individuo hasta hacerle parte de la fuerza normalizadora. Los índices de audiencia son interiorizados como única verdad por los agentes de la fabricación de contenidos seriales de ficción televisiva. La suerte de los proyectos y los empleos en los ciclos de producción de series de televisión depende enteramente de dichos índices. Además, la verdad que encarnan viene determinada, en simetría plena con la racionalidad asociada al concepto de gubernamentalidad, por la puesta en juego de conocimientos

especializados (estadística, perspectiva distributiva en investigación social y estudios de mercado), por parte de técnicos, expertos y profesionales (las empresas de medición de audiencias)²⁸⁹.

La inyección de los índices de audiencia en los ecosistemas laborales de la ficción televisiva genera dos efectos combinados de poder. Por un lado, *disciplina* a los sujetos sujetándoles a una fuente constante de amenaza y, como permanente motivo de incertidumbre, mantiene en un constante estado de emergencia a los procesos. Por otro lado, *modula* los estados de ánimo y los flujos emocionales de los equipos de trabajo al presentarse como origen de una angustia sistemática. Desde este punto de vista, el carácter productivo de las audiencias no sólo se deriva del trabajo de recepción y de atención de los telespectadores, sino que su papel productivo se pone de manifiesto a partir de su intervención directa en los procesos de fabricación de contenidos televisivos como dispositivo de gubernamentalidad de los mismos.

²⁸⁹ En España las principales instancias de producción de índices de audiencia para los medios de comunicación de masas son: Estudio General de Medios (EGM), Consultora Audiovisual GECA, Kantar Media e Infortécnica.

4.2.2. El trabajo de los públicos televisivos

*Yo participo, tú participas, él participa,
nosotros participamos, vosotros
participáis... Ellos se benefician.*

Cartel estudiantil en Mayo del 68, París

*Internet es un campo de pantalla
@odradek1*

En 1901 el sociólogo francés Gabriel Tarde realizó una propuesta de análisis de su tiempo cargada de prognosis y a contracorriente de las categorizaciones de lo social hegemónicas en esos días. Más allá del concepto de *clase*, vector conceptual y político abierto por Marx, y frente a la noción de *masa*, reflejo del pánico de la burguesía a la movilización social y al potente antagonismo protagonizado por las clases trabajadoras de la época, Tarde propuso la categoría de *público*: “Yo no puedo estar de acuerdo con un vigoroso escritor, el Dr. Le Bon, en que nuestra época sea ‘la era de las masas’. Es la era del público o de los públicos, lo que resulta bien diferente. (...) Basta con abrir los ojos para darse cuenta de que la división de una sociedad en públicos, división enteramente psicológica y que corresponde a diferentes estados de espíritu, tiende a juxtaponerse de manera cada vez más visible y eficaz, pero no a sustituir, a su división religiosa, económica, estética, política, en corporaciones, en sectas, en oficios, en escuelas o en partidos. (...) Esta transformación de todos los grupos en públicos se expresa por una necesidad creciente de sociabilidad que hace necesaria la puesta en comunicación regular de los asociados por una corriente continua de informaciones y de excitaciones comunes. Se trata de algo inevitable” (Tarde, 1989). Según el sociólogo francés, el origen de los públicos se encuentra en el desarrollo del periodismo a partir de la invención de la imprenta.²⁹⁰ Si la masa necesita de la sincronía espacial y física para existir, el público constituye una colectividad puramente espiritual, como una diseminación

²⁹⁰ “El transporte de la fuerza a distancia no es nada comparado con el transporte del pensamiento a distancia” (Tarde, 1989).

de individuos físicamente separados y para los que la cohesión es completamente mental. Desde el punto de vista de Tarde, un público es un mundo que presenta dos claves constitutivas básicas: la sensación de actualidad y la conciencia de unanimidad simultánea. De ahí la importancia vital no sólo de la imprenta y de la prensa, sino también del ferrocarril y del telégrafo, capaces de comunicar y de acercar informaciones en la producción de una actualidad y una excitación comunes. Como el propio Tarde señala, hay en el público una especie de carácter virtual que necesita ser actualizado constantemente para devenir tal.

A partir de estas premisas, resulta posible aprehender y comprender el alcance de las profundas mutaciones vividas por los públicos en las últimas décadas. Si todo público se origina en “una necesidad creciente de sociabilidad que hace necesaria la puesta en comunicación regular de los asociados por una corriente continua de informaciones y de excitaciones comunes”, las transformaciones tecnológicas y culturales ligadas al desarrollo de Internet, la digitalización y las telecomunicaciones han intensificado y favorecido extraordinariamente la puesta en común de los individuos y los grupos, así como la constitución de un flujo continuo de estímulos y comunicaciones que da lugar a una sociabilidad marcada por su carácter virtual y por la vivencia permanente de una actualidad simultánea. El desarrollo de las redes sociales en Internet es, seguramente, el fenómeno que expresa de forma más precisa la proliferación de las conexiones y de la producción de actualidad compartida en tiempo real.²⁹¹ Si el tiempo de Tarde era el tiempo de los públicos, el nuestro constituye la época de mayor intensificación y desarrollo de los mismos. En nuestros días, no sólo todos hemos terminado por convertirnos definitivamente en públicos, sino que la condición de públicos ha colonizado el conjunto de nuestra vida. *Devenir público* es la forma común de nuestra existencia social.

²⁹¹ La figura del *Trending Topic* (tema del momento, tendencia o tema de moda) en la red social *Twitter* ilustra la centralidad de la producción de una actualidad compartida.

En ese contexto, el medio televisivo ha experimentado un intenso proceso de transformación en los últimos veinte años. Una de las esferas en la que esa transformación se ha manifestado de manera más intensa es, precisamente, su relación con los públicos. Una parte sustancial de los análisis acerca de la televisión incide en el desarrollo del carácter interactivo del medio televisivo como uno de los vectores fundamentales del cambio. Cuando se habla de televisión interactiva, generalmente se hace referencia a un amplio número de tecnologías y de servicios que asocian la oferta de contenidos televisivos al desarrollo de la interactividad en la relación con las audiencias. Desde este punto de vista, muchas veces se define la interactividad con una sencilla fórmula explicativa: se trata de la oferta de contenido televisivo y audiovisual mediante banda ancha u otro medio de acceso digital (IAB Spain, 2009). En esta óptica, la televisión interactiva incluiría diferentes dispositivos digitales de acceso (Televisor con ADSL, telefonía móvil, PC, etc.), así como diversos modelos de negocio (programación en abierto, pago por suscripción, pago por visión, etc.). Este tipo de razonamiento, amén de orientarse eminentemente desde el punto de vista de las industrias audiovisuales y mediáticas, se caracteriza por una suerte de determinismo tecnológico. Tal y como señala Jenkins (2006a), la interactividad se presenta como una propiedad de la tecnología, mientras que una análisis complejo e integral de la transformación de la relación entre el medio televisivo y los públicos exigiría que la mirada se desplazara más allá del fenómeno tecnológico.

Desde este punto de vista, Jenkins propone dos conceptos alternativos al de interactividad. El primero de ellos es el de *cultura convergente* (Jenkins, 2006a). Como hemos visto ya someramente en páginas anteriores, la idea de convergencia describe la relevante transformación no sólo tecnológica, sino también industrial, cultural y social de las formas en las que los medios de comunicación o de difusión circulan en el interior de nuestra cultura. La noción incluye fenómenos como la circulación de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias, la búsqueda de

nuevas estructuras de financiación para la producción y difusión de contenidos mediáticos y culturales, así como el comportamiento “migratorio” o nómada de los públicos y las audiencias que se mueven sin cesar en la búsqueda de las experiencias de entretenimiento que más les satisfacen. En términos generales, la convergencia mediática se refiere a una situación en la que múltiples sistemas mediáticos coexisten y en la que los contenidos culturales circulan fluidamente a través de ellos.

El segundo de los conceptos propuesto por Jenkins es el de *cultura participativa* (Jenkins et al., 2009; Jenkins et al., 2013). Con esta categoría se trata de dar cuenta de un cambio cultural que, asociado a la transformación de los medios de comunicación y de difusión, ha hecho posible para el consumidor y el ciudadano medio archivar, comentar, apropiarse, resignificar, modificar y recircular contenido mediático de nuevas maneras y por nuevas vías. El uso de la idea de participación se asocia a la necesidad de asociar el fenómeno convergente con un ecosistema social, de relaciones y de formas de vida, en el que prácticas culturales, procesos creativos, dinámicas comunitarias y ciudadanía democrática deben jugar un papel significativo. Algunas de las dinámicas a partir de las cuales muchos jóvenes se integran en el universo cultural participativo son: *afiliaciones* (membresía, formal e informal, en comunidades online alrededor de diversas formas de media, como Friendster, Facebook, Myspace, *metagaming*, *chat rooms*, etc.); *expresiones* (produciendo nuevas formas creativas, como el *sampling* digital, la escritura, la creación audiovisual, los *mash-ups*, etc.); la *resolución colaborativa de problemas* (trabajando juntos en equipos, formales e informales, para resolver tareas y desarrollar nuevo conocimiento, como en Wikipedia, juegos de realidad alternativa, *spoiling*, etc.); y circulaciones (dando forma al flujo mediático a través del *podcasting* o el *blogging*, por ejemplo) (Jenkins et al., 2009).²⁹² Tal y como analiza el propio Jenkins (2006a), la cultura

²⁹² *Friendster*, *Facebook* y *Myspace* son redes sociales en Internet; *metagaming* define tanto el universo exterior a un videojuego, como cualquier estrategia, acción o método utilizado en un juego que trasciende un conjunto de reglas prescritas, utiliza factores externos o va más allá de los límites del juego; *chat room* hace referencia a cualquier tecnología que va desde la

participativa es el territorio de un conflicto intenso entre, por un lado, los consumidores y los usuarios de contenidos mediáticos y, por otro, las corporaciones de la comunicación, puesto que los públicos activan lógicas y formas de actuación en la red que exceden continuamente el horizonte comercial y la racionalidad de negocio que las industrias de la comunicación adscriben de manera unívoca a la producción y distribución de contenidos.

En un ecosistema mediático y comunicativo como el actual, marcado por la emergencia de una cultura convergente y participativa, la cualidad de los públicos televisivos se modifica en base a una potente intensificación de su carácter activo. Al trabajo de las audiencias, una labor centrada en una actividad de recepción, se une ahora el trabajo de los públicos en tanto que verdaderos productores no sólo de contenidos, sino de una densa sociabilidad dentro y alrededor de los universos mediáticos. Esta modificación afecta en primer lugar a la naturaleza del trabajo concreto de los usuarios y consumidores televisivos. Dicho trabajo se ubica en posiciones diferentes que implican posibilidades productivas de diverso grado. Tal y como observa Ibáñez (1985), la recepción es siempre una lectura, mientras que la emisión opera en el registro de una escritura. Las audiencias son el sujeto de una libertad de primera especie, son siempre sujetos del enunciado, se mueven en el desarrollo de una lectura. Los *públicos-actantes* que habitan las redes y desarrollan la cultura participativa se mueven por los territorios de una libertad de segunda especie, operan como sujetos del enunciado televisivo, pero también son agentes activos de la enunciación: fabrican y distribuyen sus propios contenidos. Desde este punto de vista, las

conversación en línea en tiempo real a foros en línea y mensajería instantánea en Internet; *sampling* se refiere a la acción de tomar una porción o muestra de algún contenido mediático para reutilizarlo dando lugar a un nuevo contenido; *mash-up* es la recombinación y modificación de un contenido digital para la creación de un contenido derivado, generalmente se trata de materiales audiovisuales editados desde más de una fuente, pero que aparecen como un contenido unitario; *spoiling* hace referencia a la actividad colectiva de descubrimiento, investigación y revelación de contenidos mediáticos que se desarrolla en la red; el *podcasting* consiste en la distribución de archivos multimedia mediante un sistema de redifusión (RSS) que permita suscribirse y usar un programa que lo descarga para que el usuario lo escuche en el momento que quiera; *blogging* es la acción de gestión y actualización de un blog, también llamado bitácora digital, cuaderno de bitácora, ciberbitácora, ciberdiario o weblog.

concepciones tradicionales de los universos televidentes como campo de explotación del trabajo “pasivo” de las audiencias no resisten su contraste con una realidad caracterizada por la existencia de una multiplicidad de formas de producción de valor y de sentido que ya no pasan únicamente por la simple comodificación de la atención, sino que implican el desarrollo de un auténtico trabajo de fabricación de materiales comunicativos, culturales, mediáticos y televisivos. Si la actividad de atención de las audiencias es susceptible de ser catalogada como trabajo relativamente no cualificado, la actividad de los públicos participativos en las redes de la cultura convergente resulta un trabajo realmente cualificado, provisto de capacidades y conocimientos particulares y generales que implican un grado reseñable de complejidad y saber-hacer.

Esta transformación de la cualidad del hacer de los públicos más allá de la mera atención y del consumo de contenidos mediáticos subraya la naturaleza de trabajo de su actividad. En este sentido, lo sustancial del cambio no reside únicamente en una modificación de la naturaleza del trabajo concreto de los públicos televisivos, sino que se encuentra también en el papel cada vez más relevante de su labor creativa como producción de valor económico para las industrias y las compañías mediáticas. Clark (2009) ha definido este nuevo ecosistema productivo de los públicos como “medios públicos 2.0.” (*public media 2.0.*), un ámbito de entornos comunicativos en los que los usuarios y consumidores mediáticos intervienen y contribuyen en una experiencia marcada por la conectividad, la participación y la creación de contenidos.²⁹³ Según Clark, esta nueva realidad mediática viene determinada por cinco cambios fundamentales en los hábitos de los públicos:

²⁹³ Tal y como apunta la Wikipedia, el término *web 2.0* comprende aquellos sitios en Internet que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración. Un sitio web 2.0 permite a los usuarios interactuar y colaborar entre sí como creadores de contenido generado por usuarios en una comunidad virtual, a diferencia de sitios web estáticos donde los usuarios se limitan a la observación pasiva de los contenidos que se han creado para ellos. Ejemplos de la web 2.0 son las comunidades web, los servicios web, las aplicaciones web, los servicios de red social, los servicios de alojamiento de videos, las wikis, blogs, mash-ups y folcsonomías.

1) *Elección*

En vez de esperar pasivamente a la llegada de contenidos emitidos por las cadenas y los grandes medios, los usuarios y consumidores desarrollan una actividad constante de búsqueda y comparación de diferentes contenidos y canales a través de Internet (buscadores, recomendaciones, video a la carta, guías de programas interactivos, búsqueda de actualizaciones, etc.). Desde este punto de vista, los productores de contenidos ya no sólo se preocupan de que sus productos resulten accesibles a través de diferentes plataformas y artefactos, sino que deben sujetarlos a formatos y etiquetados que los hagan susceptibles de ser descubiertos.

2) *Conversación*

La discusión y la conversación en la red en torno a sus usos y consumos mediáticos se han convertido en una de las actividades fundamentales de los públicos. Tal y como señala Virno (2002), la *cháchara* constituye un actividad de primer orden en las actuales pautas de producción de valor y de capitalización del vivir: la monitorización de la conversación electrónica de los públicos provee con una valiosísima información a las compañías e industrias mediáticas.

3) *Legitimación y autenticación (curation)*

Los consumidores y usuarios comparten, agregan, evalúan, etiquetan, publican y republican, juxtaponen y critican los contenidos mediáticos en una variedad de plataformas y posibilidades: desde blogs personales a las páginas en redes sociales. La revisión y la crítica de contenidos y productos son prácticas comunes entre los públicos.

4) *Creación*

Los públicos crean y distribuyen contenidos multimedia (audio, video, texto, fotografía, animación, etc.), reutilizando y remezclando contenido

ya existente o produciendo nuevos puntos de arranque narrativos y estéticos mediante contenidos originales. Las industrias mediáticas siguen y explotan los nuevos contenidos generados por los públicos como una materia prima para el diseño y la elaboración de sus propios productos.

5) *Colaboración*

Los públicos protagonizan diferentes formas de interacción colaborativa en los nuevos circuitos de la creación y la distribución mediáticas: colaboran con las industrias en campañas promovidas o respondiendo a estímulos y provocaciones informativas; y colaboran entre ellos en formas de cooperación productiva que muchas veces desafían y desobedecen los dictados de las industrias y corporaciones. Las prácticas de *crowdsourcing* y *crowdfunding* representan las puntas de lanza de la pauta colaborativa.²⁹⁴

Como señala Cohen (2008), la dinámica web 2.0 ha alterado notablemente el territorio del negocio mediático redefiniendo el papel de los consumidores en el proceso de producción: la intensificación de la naturaleza productiva del consumo se deriva fundamentalmente de la capitalización y comodificación del tiempo de actividad telemática en la participación, comunicación y producción de información por parte de los públicos. Se trata de una verdadera transformación del consumo en trabajo a partir del carácter productivo de los públicos en dos órdenes diferenciados e interconectados de actividad: (a) los nuevos contenidos y creaciones mediáticas, narrativas, estéticas y comunicativas que producen los públicos; y (b) la información que generan sobre sí mismos y sus comportamientos en tanto que audiencias. Desde este punto de vista, el carácter interactivo de las nuevas tecnologías comunicativas y la naturaleza participativa

²⁹⁴ *Crowdsourcing*: del inglés *crowd* (multitud) y *outsourcing* (externalización), que se podría traducir al español como colaboración abierta distribuida, consiste en externalizar tareas que, tradicionalmente, realizaba un empleado o contratista, a un grupo numeroso de personas o una comunidad, a través de una convocatoria abierta. *Crowdfunding* hace referencia a la forma de cooperación llevada a cabo por personas que realizan una red para conseguir dinero u otros recursos. Se suele utilizar Internet para financiar esfuerzos e iniciativas de otras personas u organizaciones. [Fuente: Wikipedia]

de la nueva cultura mediática amplifican los procesos de comodificación y expanden las formas de extracción de plusvalor de los públicos y las audiencias.

En el ámbito concreto de la televisión, Griffin (2013) apunta que las compañías y cadenas han desarrollado tres estrategias básicas para la captura y la valorización de las actuales formas de actividad de los públicos. La primera de ellas es la distribución *online* de sus programas, ya sea a través de sus propias páginas web o deslocalizando la emisión de los contenidos en otras compañías y plataformas en la red. Los nuevos espacios de emisión y recepción *online* contienen nuevas pautas para la mercantilización publicitaria de las audiencias, como anuncios distribuidos por la pantalla o videos comerciales. La venta de audiencias se desarrolla de manera directa, cuando la cadena o el proveedor de contenidos televisivos produce sus índices de audiencia y vende directamente espacio en su web a anunciantes, o indirecta, cuando una tercera parte, por ejemplo Google, le vende espacio a anunciantes. La segunda estrategia de valorización de los públicos consiste, sin embargo, en una actividad de los públicos que va más allá de la recepción de los contenidos mediáticos: se trata de la explotación de pautas explícitas de trabajo y de compromiso a través de los sitios en Internet de las cadenas, webs de comunidades de fans o las redes sociales. Mediante estos lugares virtuales de convergencia las cadenas externalizan en los públicos tareas de investigación y desarrollo de ideas de contenidos, así como se apropian de la elaboraciones y materiales que genera la interacción en red de las audiencias. Desde el punto de vista de la investigación de los mercados televisivos, las corporaciones y cadenas explotan esta dinámica para el desarrollo de grupos focales que no resultan remunerados, así como para la recolección de información personal y sobre las formas de vida y de subjetivación de los públicos. Una tercera estrategia que completa las dos anteriores resulta menos evidente para la nueva economía política de las audiencias y los públicos televisivos: se trata de la normalización y la promoción del uso de los medios y las redes sociales mediante dinámicas de *product placement* o publicidad híbrida en la que los contenidos y programas recogen escenas cotidianas de uso de

dichos medios y redes.

Este cuadro estratégico que ilustra las prácticas de explotación del trabajo de los públicos por parte de las industrias mediáticas sitúa el desarrollo de la cultura participativa y convergente en el horizonte de una verdadera valorización capitalista de la existencia que extiende integralmente la extracción de plusvalor al conjunto de los tiempos de la vida y la socialización de los públicos. De manera simétrica al trabajo de los guionistas empleados en los ciclos de producción de contenidos de ficción televisiva, el trabajo inmaterial y cognitivo de los públicos descompone viejos equilibrios de la vida social, como la diferenciación entre un tiempo de producción y un tiempo de reproducción, así como algunos de los esquemas tradicionales de la economía política, como la distinción entre trabajo y ocio. Cuando el televidente deviene *teleactante* en la transformación de la recepción en fabricación directa de contenidos, el consumo televisivo se convierte definitivamente en producción. En ese movimiento se define un cambio estructural de la explotación capitalista del flujo mediático que atañe a una suerte de transición desde la centralidad cuantitativa de las audiencias, al trabajo cualitativo de los públicos. Como apunta Ibáñez (1994a), “la explotación cuantitativa es una explotación de un producto, mientras que la explotación cualitativa es una extorsión de la productividad: la primera es fenomenal y la segunda generativa; la primera es una explotación restringida y la segunda una explotación generalizada. El sujeto, que es siempre un bucle que se reproduce y produce, que se regenera y genera, pierde su poder productivo y generativo al transformarse en pieza de mecanismos”. Mientras que la audiencia funciona siempre como mecanismo de las industrias y corporaciones mediáticas, los públicos son potencialmente susceptibles de generar y engendrar otras realidades. En tanto que audiencias estamos condenados a operar como fuerza de trabajo, es decir, a constituirnos en función del capital. Como públicos, sin embargo, existe la posibilidad de devenir trabajo vivo con capacidad para autovalorizarse.

Como señala Jenkins (2006a): “pese a la retórica sobre la ‘democratización de la televisión’, este cambio está siendo conducido por cálculos económicos y no por una misión de *empoderamiento* de los públicos. Las industria mediáticas están abrazando la convergencia por diferentes razones: porque las estrategias basadas en dicha convergencia explotan las ventajas de la conglomeración mediática; porque la convergencia crea múltiples formas de venta de contenidos a los consumidores; porque además fortalece la lealtad y fidelidad del consumidor en un tiempo en el que la fragmentación del mercado y el crecimiento de la compartición de archivos en Internet está amenazando los viejos modos de hacer negocios. En algunos casos, la convergencia está siendo empujada por corporaciones como una forma de formatear el comportamiento de los consumidores. En otro casos, la convergencia está siendo empujada por los consumidores, que demandan que las compañías mediáticas sean más sensibles a sus intereses y gustos. Sean cual sean las motivaciones, la convergencia está cambiando las formas en las que operan las industrias mediáticas y la manera en la que el ciudadano medio piensa su relación con los medios de comunicación de masas. Nos encontramos en un momento crítico de transición en el que las viejas reglas se abren al cambio y las compañías podrían verse forzadas a renegociar su relación con los consumidores. La cuestión es si los públicos están listos para presionar por una participación mayor o están dispuestos a instalarse en las mismas viejas relaciones con los medios”.

Hace más de cuarenta años Arnstein (1969) propuso un análisis de la participación ciudadana cuya lógica resulta útil cuando se aplica a la cultura participativa y convergente que caracteriza no sólo la materialidad del ecosistema mediático actual, sino también gran parte de los discursos de las corporaciones. La propuesta de Arnstein se basaba en la categorización de diversas situaciones representadas en una escalera de ocho peldaños dividida en tres segmentos diferenciados: (1) no participación, (2) participación simbólica o formal (*tokenism*) y (3) poder ciudadano. En el primer segmento se distinguían dos peldaños: manipulación y terapia. El segundo estaba compuesto por tres

escalones: información, consulta y aplacamiento o pacificación. El tercero de los segmentos de la escalera constaba de otros tres peldaños: asociación (*partnership*), poder delegado y control ciudadano. Pese a su simplicidad, la escalera de Arnstein resultó una herramienta importante para el trabajo socio-político de carácter comunitario y crítico en los ámbitos urbanos estadounidenses. El esquema servía para representar la yuxtaposición de las diferencias entre el conjunto de la ciudadanía *desempoderada* y el poder político a cargo de la gestión de las administraciones locales. Además, apuntaba las pautas convencionales de relación con el poder, contribuyendo decisivamente a la desmitificación de la categoría “participación” y a la visibilización de su continuo vaciado de sentido por parte de la retórica y la acción de la clase política y del poder económico. El criterio que sustenta la propuesta de Arnstein es sencillo: participación ciudadana constituye un término que debe entenderse como sinónimo de poder ciudadano. Desde este punto de vista, sólo la redistribución de poder permite a los ciudadanos, generalmente desempoderados y excluidos de los procesos de decisión política y económica, participar en el diseño y en la toma de decisiones: “la participación sin redistribución de poder es un proceso vacío y frustrante para las personas desempoderadas. Permite a los detentadores del poder declarar que todo el mundo fue tomado en cuenta, pero sólo permite que una de las partes se beneficie. Sirve para mantener el *status quo*” (Arnstein, 1969).

La relación de los públicos con los contenidos y las emisiones televisivas presenta una simetría con la pauta de participación ciudadana que Arnstein estructura en torno a tres dinámicas básicas. Desde este punto de vista, la manipulación y la cualidad terapéutica de una parte reseñable de los discursos y las prácticas televisivas no constituye un espacio real de participación. De igual manera, la información al consumidor o la elección del televidente en base a posibilidades ya constituidas por las cadenas no implican más que el desarrollo de una participación de carácter formal o simbólico. Una participación de los públicos televisivos sin capacidad de decisión acerca del diseño y la cualidad del

flujo televisivo, incluida su organización económica y su función social, no resiste su contraste con la escalera de Arnstein. Cuando uno elige entre los términos de una alternativa está siempre dominado por el que diseñó la alternativa (Ibáñez, 1997). Mediante el uso de la racionalidad informativa, extraer información de los públicos e inyectarles orden, las corporaciones y cadenas televisivas tratan de sujetar y estriar el espacio de la participación. Todo el tiempo toman medidas en el doble sentido del término: *miden* a los públicos para objetivarlos en índices y audiencias, al mismo tiempo que *disponen* marcos normativos para impedir el desbordamiento de su dominio sobre los flujos comunicativos, así como la expansión de relaciones y producciones sociales que excedan y cuestionen la racionalidad mercantil.²⁹⁵ No hay posibilidad de desligar la cuestión de la participación del problema de la democracia. Al igual que ocurre con cualquier conjunto, se pueden distinguir tres niveles diferentes en el ecosistema mediático: elementos, estructura (relaciones entre elementos) y sistema (relaciones entre estructuras o cambio de estructura). Ibáñez (1997) aplica esta distinción para proponer tres niveles diferentes de democracia: democracia a nivel de los elementos (los individuos o ciudadanos tienen convicciones democráticas y/o las expresan democráticamente), democracia a nivel de la estructura (las relaciones entre individuos y ciudadanos son democráticas, es decir, simétricas), democracia a nivel del sistema (las estructuras cambian en un sentido cada vez más democrático). Del mismo modo que una democracia profundizada ha de ser democrática en los tres niveles, una participación integral de los públicos ha de implicar los tres niveles del ecosistema mediático y comunicativo.

La cultura participativa y convergente posee una naturaleza ambivalente: puede ser un lugar de satisfacción personal y comunitaria, al mismo tiempo que funciona como espacio de explotación económica (Andrejevic, 2008). En esa ambivalencia reside, precisamente, su potencia y su carácter de infraestructura

²⁹⁵ La Ley Biden-Sinde constituye un buen ejemplo de la disposición de marcos normativos por parte de las industrias mediáticas y los poderes políticos en España. Sobre el asunto se puede consultar en el inventario la entrada “Propiedad como control”.

para una posible emancipación de los públicos. Como señala Rancière (2008), la emancipación comienza cuando se cuestiona la oposición entre mirar y actuar, cuando se comprende que las evidencias que estructuran las relaciones mismas del decir, el ver y el hacer pertenecen a la estructura de la dominación y de la sujeción. La combinación entre el carácter predominantemente productivo de los públicos y la naturaleza rizomática de las redes altera las relaciones del decir, el ver y el hacer en el ecosistema televisivo, o sea, afecta a la estructura de la dominación y de la sujeción mediática. Como ya hemos señalado en páginas anteriores, la producción maquínica de subjetividad por parte de los públicos se abre a la creación y a la invención de nuevos universos de referencia, al mismo tiempo que se asiste a una intensificación de la *mass-mediatización* de las poblaciones (Guattari, 1990a). La ambivalencia que nombramos como cultura participativa y convergente se compone de dos horizontes de posibles para los públicos: el desarrollo de una *servidumbre maquínica* (Guattari, 2004) y/o la posibilidad de una *era postmediática* (Guattari, 1990b y 2006). La primera consiste en una intensificación de la explotación capitalista que pone directamente a trabajar a los públicos y consumidores televisivos, incluidas sus funciones perceptivas, sus afectos y sus comportamientos inconscientes, es decir, que configura una fuerza de trabajo y de deseo que sobrepasa considerablemente las concepciones tradicionales del trabajo y de la productividad.²⁹⁶ La segunda, por el contrario, constituye un movimiento de reapropiación y uso interactivo de las máquinas de información, de comunicación y de inteligencia que determina el salto de una etapa larga de consenso articulado por los medios de masas a un proceso generalizado de conversión de los media en herramienta de disensión y de redefinición no sólo de la relación entre productor y consumidor, sino de la propia condición de la ciudadanía.

²⁹⁶ “En la servidumbre maquínica ya no somos usuarios de la televisión, “sujetos” que se relacionan con ella como un objeto externo. En la servidumbre maquínica somos agenciados a la televisión y funcionamos como componentes de dispositivos, como elementos de input/output, como simples relés de la televisión, que hacen pasar y/o impiden el paso de la información, de la comunicación, de los signos. En la servidumbre maquínica hacemos literalmente cuerpo con la máquina” (Lazzarato, 2006d).

Como un apunte fenomenológico al respecto, podríamos considerar la *experiencia 15-M* en España como una potente manifestación de la posibilidad postmediática. El uso de las redes sociales y el carácter periférico de los medios de masas en el relato del 15-M, fundamentalmente autoorganizado y definido por las propias personas que han participado de la experiencia, señala en forma nítida el salto hacia la reapropiación social de la comunicación. En este sentido, el 15-M puede ser analizado como una revuelta de los públicos frente a su tradicional condición de espectadores. Dicha revuelta ha actualizado en el campo de lo político lo que resultaba ya plenamente actual en el ámbito de los usos y consumos culturales: que lejos de encarnar un papel pasivo, los públicos constituyen un sujeto activo y plenamente productivo de la esfera cultural. El 15-M nombra entonces el viaje multitudinario de los públicos desde su calidad de sujetos del enunciado hacia su condición de sujetos de la enunciación en el ámbito explícito de la política. Dicho tránsito se apoya, precisamente, en las formas de vida y las pautas de consumo cultural asociadas al desarrollo de la cultura participativa y convergente. A falta de identificación con el conjunto del espectro de la clase política y de los partidos, sujetos clásicos de la mediación y de la pauta representativa, muchas de las personas del 15-M han recurrido a la ficciones que extraen de sus consumos culturales para representarse: el uso de las máscaras del protagonista de *V de vendetta*, el conocido cómic creado por Alan Moore en los años ochenta y llevado al cine por James McTeigue en 2006, es un buen ejemplo de ello.²⁹⁷ La relevancia de los consumos culturales en los imaginarios colectivos que pone de manifiesto el uso de *V de vendetta*, así como la centralidad del anonimato que dicho uso indica, señalan la condición de *públicos* de las personas que han dado cuerpo al 15-M. De esta manera, dicha experiencia puede ser vista como el salto al ámbito explícito y formal de lo

²⁹⁷ El uso de la iconografía de *V de vendetta* no solo es propio del 15-M, sino que se ha generalizado a escala planetaria en el marco de los movimientos y las protestas actuales. La máscara del personaje creado por Moore es, además, el símbolo que representa a *Anonymous*, el pseudónimo de una identidad compartida usada en el mundo entero de manera descentralizada por diferentes grupos y personas para la realización de acciones unilaterales o concertadas en favor de la libertad de expresión y de la independencia de Internet, así como en contra de organizaciones, gobiernos y compañías que atentan contra dichos principios. Las sociedades de gestión de los derechos de autor se encuentran entre sus principales objetivos.

político de la intensa proliferación de comportamientos y políticas difusas con las que los públicos han alterado decisivamente los ámbitos de la producción y de los consumos culturales en los últimos años: España representa uno de los epicentros más destacados del extendido cuestionamiento actual de las pautas tradicionales de producción y acceso a los bienes culturales en nuestra sociedad. El carácter generalizado de la descarga de contenidos desde Internet, el uso social masivo de las redes P2P, el nivel de socialización de la *ética hacker* o el crecimiento de un ciberactivismo local capaz de afectar decisivamente los debates públicos, llegando a desbordar las políticas legislativas, han hecho de España un foco de innovación en las lógicas, los repertorios y los lenguajes de la acción colectiva, la producción y el acceso al entretenimiento, la cultura y el conocimiento.²⁹⁸

²⁹⁸ Sobre la “ética hacker” se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

4.2.3. La circulación como producción: el trabajo invisible de los prosumidores

La producción pierde su diferencia con el consumo, se hacen intercambiables, una y otro terminan en simple obligación de conectarse, indiferentemente a las terminales de producción o consumo, a la máquina del capital.

Jesús Ibáñez

El cliente es la nueva plataforma.
Don Searls

Existe una concepción clásica de la reproducción social que parte de un esquema de distinciones cuya operatividad necesita de una revisión en su relación con las pautas que caracterizan los ámbitos mediáticos y los comportamientos de los públicos. Bolívar Echeverría (2001) es un buen ejemplo de esta visión clásica. En su análisis y definición del fenómeno cultural propone dos distinciones que, a partir de su lectura de Marx, estructuran su apuesta conceptual de explicación de la dinámica de funcionamiento de la reproducción social:

“Podemos hacer un esquema de la estructura y las funciones elementales del proceso de reproducción social representándolo como la unidad de dos momentos o dos fases. Una primera fase, productiva o de trabajo, es aquella en la que el sujeto social se comporta en referencia a lo que podemos llamar el factor objetivo del trabajo o los medios de producción. (...) Pero esta sólo es la mitad del proceso de reproducción. Hay la otra fase del mismo, el momento de consumo propiamente improductivo o momento de disfrute.” (Echeverría, 2001)

Nuestra investigación del universo de la televisión a partir de los ámbitos y procesos de producción propios de la escritura de contenidos de ficción, así como nuestro análisis de los públicos televisivos, señalan la necesidad de complejizar esta visión de la reproducción social. La distinción entre dos momentos o fases diferenciadas, una productiva (trabajo) y otra improductiva o de disfrute

(consumo), resulta ciertamente inapropiada para el análisis del ecosistema mediático. Como ya hemos puesto de manifiesto tanto a través de nuestro estudio de las dinámicas propias tanto de la escritura televisiva, como de los comportamientos y cualidades de los públicos, la distinción tradicional entre trabajo y consumo como esferas no sólo diferenciadas, sino de una cualidad marcadamente desigual, la una productiva y la otra improductiva, carece de utilidad explicativa. Tal y como ha demostrado nuestro estudio del universo de los guionistas televisivos, cuyos consumos culturales poseen una cualidad eminentemente productiva, las esferas del consumo y de la producción constituyen un *continuum* social y económico que obliga a revisar la concepciones tradicionales acerca de ambos fenómenos. Nuestro análisis de los públicos y de las audiencias no hace más que reforzar esta idea.

Como propone McCracken (2013), el propio concepto de consumo debería someterse a revisión. Para empezar, su significado no parece ajustarse a la cualidad de los ecosistemas informacionales y digitales, en los que, lejos de observarse una racionalidad económica clásica que bascula sobre la idea de escasez, se asiste a la centralidad de una lógica de la producción y de los intercambios basada en la durabilidad, la réplica potencialmente infinita y la abundancia. Desde un punto de vista etimológico, la palabra consumo es la acción y efecto del verbo consumir, que viene del latín “consumere” (tomar entera y conjuntamente, agotar, desgastar). De ahí que el diccionario incluya entre los significados del consumo expresiones como “extinguir o destruir una materia”, “gastar”, “agotar” (Real Academia de la Lengua Española, 2001). Sin embargo, en las economías informacionales e inmateriales no se puede hablar realmente de un verdadero consumo, puesto que la información no se consume, es decir, no se gasta, ni se extingue, ni se agota. Como hemos puesto de manifiesto en páginas anteriores, a diferencia de los postulados tradicionales de la economía política acerca de la escasez, los ecosistemas inmateriales e informacionales se presentan como economías de la abundancia en las que tanto la cualidad informacional de las mercancías, como la digitalización de los

procesos y de los resultados de la producción, permiten una reproducción y una circulación potencialmente infinita de los bienes.

Además, en ese tipo de ecosistemas económicos, sociales y culturales, nuestros comportamientos y nuestras relaciones con los bienes y servicios devienen experiencias que va más allá del mero acto de consumo. Como apunta McCracken (2013), más que consumidores los públicos operan en nuestros días como *multiplicadores*. En el contexto de las culturas participativa y convergente, los bienes, servicios y experiencias mediáticas y culturales resultan para muchos públicos simplemente un punto de partida. La categoría de *multiplicador* nombra un tipo de público productivo que estira los artefactos mediáticos y culturales más allá de un mero acto de consumo: (1) multiplica su valor y extiende su sentido en ejercicios de comunicación y de propagación susceptibles de réplica infinita en Internet, es decir, funciona como “publicitador” y movilizador que involucra a otros en el universo del producto (*blogging, podcasting o spoiling*); y (2) toma el producto como materia prima que recombinar y modificar para la creación de un contenido derivado (*sampling o mash-up*). Como hemos visto en páginas anteriores, la cultura participativa y los entornos digitales de lógica 2.0 han intensificado enormemente la capacidad multiplicadora de los públicos hasta hacer de ellos verdaderos *prosumidores* (Toffler, 1980), es decir, sujetos eminentemente productivos que diluyen la tradicional separación entre actos de producción y actos de consumo en un movimiento general de comodificación total de la creatividad humana (Fuchs, 2009).

La figura del *prosumidor* constituye un producto histórico, al igual que lo fueron el consumidor y el consumo. Como señala Micelli (1998), la transición del fordismo al postfordismo ha encintrado un punto clave en la cuestión del consumo: dicha transición ha implicado un desplazamiento del epicentro de la generación de valor desde la producción hacia el consumo.²⁹⁹ Desde esta perspectiva, la mirada sobre la ruptura entre fordismo y postfordismo no se ubica

²⁹⁹ Sobre *fordismo* y *postfordismo* se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

tanto en el plano de los métodos y las tecnologías de la producción (de la fábrica rígida a la automatización flexible), como en la articulación de una relación diferente entre producción y consumo. Mientras que en el fordismo el consumidor delegaba en la producción la definición de sus necesidades a cambio de la posibilidad de acceder a productos estandarizados a coste limitado, la difusión de las nuevas tecnologías de la producción formal (automatización flexible) y de la comunicación (redes telemáticas) ha prefigurado formas nuevas de organización de la relación entre productor y consumidor basadas en el principio de interacción. No obstante, la transformación ha incluido un cambio todavía más pronunciado que se ha definido por una transición *de la interacción a la integración* de ambas esferas, producción y consumo, hasta generar una forma de hibridación que ha dado lugar al fenómeno del *prosumidor*.

Esa transición hacia la integración de ambas esferas en un *continuum* que convierte en trabajo los tiempos y los espacios de la circulación y la reproducción, se completa con una segunda transición que puede ser descrita con la proposición: de la (1) *producción como producción del consumo* al (2) *consumo como producción*. El primer término de la proposición fue planteado por Marx (1997) al señalar que la producción no crea únicamente un objeto para el sujeto, sino también un sujeto para el objeto. Desde este punto de vista, la producción produce el consumo: al crear el material para él, al determinar la manera de su desarrollo y al constituir como sus objetos los productos que fabrica en la forma de una necesidad sentida por el consumidor. Produce así el objeto del consumo, la manera del consumo y el motivo del consumo (Callejo, 1994). El segundo término de la proposición que determina la conversión del consumo en producción se relaciona, por el contrario, con un desajuste notable de los análisis de Marx en relación a los ecosistemas del *prosumidor*. Para Marx (1997), existen dos tipos diferentes de consumo: uno de carácter productivo, constituido por el consumo de valores de uso como medios de producción de otros valores de uso, y otro no productivo constituido por el consumo directo de valores de uso para el disfrute. Según Marx, solamente el segundo de ellos puede

considerarse como verdadero consumo. La figura del *prosumidor* y su cualidad directamente productiva en los entornos digitales de tipo 2.0 invalidan dicha distinción, puesto que en dichos entornos toda forma de consumo se caracteriza por constituir potencialmente una forma de producción, es decir, todo producto mediático consumido tiende a funcionar como materia prima susceptible de ser re combinada y modificada para la creación de un nuevo producto derivado. Desde esta premisa, el consumo deviene consumo productivo.

Lo interesante para nuestro estudio de los ámbitos de la producción televisiva es que esta dinámica posee un carácter doble que afecta tanto a los públicos televisivos como a los escritores de contenidos de ficción para televisión. Unos y otros encajan de manera paradigmática en la categoría de *prosumidor*: los públicos, por su carácter directamente productivo, tanto por la cualidad mercantil de su condición de audiencias, como por el trabajo que desarrollan insertos en los espacios y los procesos implicados en la cultura participativa característica de los ecosistemas mediáticos actuales; los guionistas, por el carácter directamente productivo de sus consumos culturales, tal y como hemos analizado en profundidad en páginas anteriores, señalando tanto la cualidad productiva del ocio, como la conversión del mismo en trabajo. A partir de estas premisas, el carácter compartido de *prosumidores* coloca en un espacio común a los públicos televisivos y a los trabajadores de la escritura de contenidos para televisión: ambos funcionan en realidad como co-creadores de dichos contenidos. Este fenómeno invalida las concepciones en torno a la producción artística y los planteamientos en relación a la propiedad intelectual que toman como principio constitutivo una supuesta diferencia de posiciones de los públicos y los “creadores” en relación a los bienes mediáticos y culturales, construyendo y socializando un discurso que propone la existencia de intereses contrapuestos determinados por dicha diferencia.³⁰⁰ Cabe decir que estos postulados han jugado

³⁰⁰ La supuesta diferencia de cualidades e intereses entre los públicos y los trabajadores de las industrias culturales y mediáticas, entendidos éstos últimos

un papel determinante no sólo en la configuración de la posición de las industrias y las corporaciones mediáticas en España, sino también, y lo que resulta más importante, en la confección de los polémicos marcos normativos que regulan la distribución y el acceso a los bienes culturales e informacionales en los actuales entornos digitales (Ley Sinde-Wert). Sintetizando nuestro argumento en una frase, podríamos decir que al mismo tiempo que la figura del *prosumidor* define tanto a los públicos como a los guionistas, invalida la distinción dicotómica entre públicos y “creadores”.

como únicos “creadores”, se encuentra en el origen de *La Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos*, una asociación que representa en España al sector del entretenimiento, actuando como grupo de presión de la industria de la propiedad intelectual. El *lobby* fue creado en abril de 2008 para promover el endurecimiento de la ley de propiedad intelectual y otras medidas en contra del intercambio de ficheros en redes P2P, descargas directas y servicios de streaming. En la actualidad la integran las principales entidades de gestión españolas y asociaciones empresariales del mundo de la música, cine, videojuegos, y libro, teniendo como misión trabajar en el impulso y desarrollo de cuantas actividades sean necesarias para evitar la vulneración de los derechos de propiedad intelectual, especialmente en Internet (Wikipedia: <http://alturl.com/7xy4v>).

4.2.3.1. Para una cartografía del trabajo *fandom*

*Y sobre todo, mi cuerpo, lo mismo que mi alma,
cuidense de cruzar los brazos en la actitud estéril del
espectador, porque la vida no es un espectáculo,
porque un mar de dolores no es un proscenio, porque
un hombre que grita no es un oso que baila...*

Aimé Césaire

Dos de las experiencias mediáticas que condensan de manera más intensa estas implicaciones asociadas a la categoría de prosumidor son la figura del *fan* y el fenómeno *fandom*.³⁰¹ Mientras que el primer término define a un individuo que encarna una relación apasionada con un determinado producto, un universo o un imaginario mediático concreto, *fandom* hace referencia a un espacio o vínculo comunitario con el que sus miembros sienten un determinado grado de compromiso y lealtad. Si los fans pueden ser considerados como parte de las audiencias, los fandoms pueden ser conceptualizados como públicos, reunidos a partir de su sociabilidad y su identidad compartida en tanto que colectividad y conectividad, puesto que actúan como comunidades y, en ese actuar, sus capacidades se amplifican mediante el acceso a la comunicación en red (Jenkins et al., 2013). Ambos elementos del medioambiente mediático contemporáneo participan de la intersección entre tres de las tendencias que están determinando la materialidad de la cultura participativa en nuestros días (Jenkins, 2006b): (1) nuevas herramientas y tecnologías que permiten a los públicos conseguir, apropiarse y hacer circular contenidos mediáticos; (2) un rango de subculturas que promueven la producción mediática del tipo “hazlo tú mismo” (*Do-It-Yourself-DIY*); y (3) tendencias económicas que estimulan el flujo de imágenes, ideas y narrativas a través de múltiples canales mediáticos, demandando y favoreciendo formas cada vez más activas para la condición de público. Basándonos en los análisis de Jenkins (1992), pero avanzando más allá de ellos, podemos proponer que la condición de *fandom* involucra al menos cinco niveles de actividad:

³⁰¹ Ambos términos provienen de la palabra “fanático”, que proviene del vocablo latino “fanaticus”: “perteneciente a un templo, sirviendo de un templo, devoto” (Jenkins, 1992).

Nivel 1 de actividad fandom

La experiencia *fandom* implica un modo particular de recepción: las comunidades de fans ven la televisión con una intensa y una concentradísima atención sobre el texto televisivo, en una mezcla de proximidad emocional y distancia crítica. En cierto sentido, los fans escudriñan los contenidos televisivos para tener bajo su control el máximo de los elementos que configuran el universo narrativo del producto.

Los fans de la serie *Hospital Central*, por ejemplo, poseían un conocimiento mayor acerca de la serie que los propios guionistas que la escribían. Dada la perdurabilidad del producto, puesto que estuvo doce años en emisión y posee el récord como serie semanal más longeva de la historia de la televisión en España, sólo los fans, sujetos de una atención profunda e intensa sobre el contenido del producto, eran capaces de construir un conocimiento colectivo acerca de todos los elementos que habían compuesto el universo narrativo de la serie durante tantos años. Lo interesante es que dicho conocimiento se incorporaba en numerosas ocasiones al trabajo del equipo de guionistas, constituyéndose en un material productivo que intervenía directamente en la confección y desarrollo de los contenidos de la serie. En este sentido, era común que los guionistas, incapaces de recordar y manejar la densidad histórica de las tramas y los personajes, recurrieran a los espacios de encuentro y conversación *fandom* en la red para recabar información: registrándose de manera anónima en los foros en Internet de los fans de la serie, los guionistas ponían en circulación preguntas y cuestiones que los públicos contestaban.³⁰² De esa manera, los públicos resolvían las dudas del equipo de guionistas y, sin ellos saberlo y de manera invisible, participaban directamente en el proceso de producción como auténticos coproductores de la serie.

³⁰² La cantidad de sitios en Internet creados por los fans de la serie *Hospital Central* es innumerable. He aquí algunos ejemplos: <http://alturl.com/wabnh>, <http://alturl.com/2vp43>, <http://alturl.com/8x4sw>, <http://alturl.com/62iyu>. A los sitios específicamente creados por fans de *Hospital Central* hay que unir los espacios en Internet de los fans de los diferentes actores y actrices de la serie, espacios también de encuentro y actividad en torno a la misma.

Lo interesante es que este trabajo invisible de los fans combina: (a) una *productividad semiótica* derivada de la descodificación y la producción de sentido que contiene todo acto de recepción; (b) una *productividad informativa*, puesto que los fans inyectan información al proceso de producción de la serie, hasta el punto de participar directamente en los mismos de manera invisible e involuntaria; y (c) una *productividad enunciativa*, puesto que el acto de recepción se completa y combina con una densa experiencia expresiva en el tejido de relaciones intersubjetivas y conversacionales con otros fans en la co-producción de discusiones, debates, críticas, posiciones y sentidos. Desde este punto de vista, el fenómeno *fandom* se asocia estrechamente a la categoría de *multiplicador*: ver la televisión no representa para el fan más que el principio y nunca el final del proceso de interacción, uso y consumo de los productos mediáticos.

Nivel 2 de actividad fandom

La lógica *fandom* implica un conjunto particular de prácticas interpretativas y de crítica del producto. En cierto sentido, los fans operan como auténticos vigilantes del producto: los detalles textuales y la necesidad de una consistencia o coherencia narrativa interna al cúmulo encadenado de episodios que componen la serie constituyen una auténtica obsesión para el fan. Esta obsesión se desarrolla en dos esferas diferentes de actividad: (1) una práctica de *crítica de los contenidos* de la serie mediante permanentes interacciones conversacionales en la red; y (2) la *elaboración de un campo de intertextualidad* (Kristeva, 1980), es decir, de conexión de un texto con otro texto. Dicha relación está hecha de supuestos creativos, investigación detallada y exploración de posibles desarrollos alternativos para la historia y sus personajes que llevan el universo de la serie más allá de la propia serie. Esta experiencia de intertextualidad no sólo constituye un permanente proyecto colaborativo que eclipsa la clásica distinción entre lector y escritor, producción y consumo, sino que además se articula como apertura de la serie a su apropiación por parte de los públicos. Las prácticas de

crítica de los contenidos, por su parte, vuelven a incidir en el carácter plenamente productivo de unos fans que, en la intersección invisible de su trabajo con la actividad laboral de los equipos de guionistas, devienen auténticos *prosumidores*. En este sentido, los escritores de la serie *Hospital Central* solían consultar las opiniones y reacciones de los fans ante determinadas intervenciones narrativas e, incluso, llegaban a participar de manera encubierta en foros telemáticos de fans para realizar consultas y “lanzar globos sonda” sobre posibles cambios o decisiones hipotéticas sobre el contenido de la serie.

De entre los diferentes sitios en Internet activados y gestionados por fans de la serie *Hospital Central*, hay uno que condensa de forma modélica las dos pautas de comportamiento *fandom* que acabamos de reseñar: se trata del foro “hospitalcentralrol.foros-activos.es”. Por un lado, este sitio funciona como espacio conversacional que bascula sobre un ejercicio colectivo de crítica de los contenidos de la serie, así como sobre la circulación de información compartida acerca de la misma. Por otro lado, el foro opera como máquina de producción de intertextualidad de una cualidad análoga a las tareas propias del trabajo de los equipos de guionistas. En este sentido, uno de los elementos más importantes es la dinámica de juego de rol que vehicula la participación en el foro: cada participante debe adoptar la personalidad de uno de los personajes de la serie o crearse un rol que resulte insertable en el universo de la misma. Y crear un personaje significa tener que poner en juego la lógica y el procedimiento normal que se emplea para la confección de personajes en ficción televisiva, a partir de la invención y confección de un perfil de cada personaje. Este trabajo se combina con la construcción de tramas en la configuración de un *metatexto* de *Hospital Central* que sigue desarrollando su universo a través de la creación de historias imaginarias incluso después de que la serie haya dejado de fabricarse y de emitirse por televisión.³⁰³

³⁰³ Un *metatexto* es aquel que cambia o se expande a partir del contenido de otro texto (Jenkins, 1992).

Lo interesante de esta actividad de los fans es que se trata de un ejercicio de producción semiótica que funciona como *escritura de segunda grado* (Genette, 1992): un tipo de producción literaria derivada de materiales y universos literarios previos que se articula como *hipertexto*, una dinámica creativa que gira entorno a la producción de un texto derivado a partir de la combinación de una lógica de imitación y otra de transformación: imita el mundo de *Hospital Central* sujetándose a su racionalidad narrativa y su universo de lo sensible, al tiempo que lo transforma produciendo modificaciones e innovaciones en la configuración de un desarrollo imaginario de la serie.

Esta producción semiótica por parte de los fans presenta dos características muy relevantes:

(1) Se trata de una experiencia de *narrativa colaborativa* en la que la comunidad *fandom* pone en juego una práctica de cooperación en la creación de las tramas imaginarias de la serie que sus miembros inventan: un fan lanza un punto de partida para la historia y el trabajo en red de la comunidad va generando y desarrollando la trama en una escritura compartida y participada. Esta práctica se inserta en el espíritu de los propios juegos de rol, cuya particularidad es la sustitución de la lógica competitiva tradicionalmente asociada a las experiencias de juego, por una racionalidad y una pauta eminentemente colaborativas.

(2) Esta actividad de producción semiótica constituye un verdadero trabajo, en el sentido de un hacer que genera plusvalor y beneficio económico a terceros. Todo fan que se inscribe en el foro debe aceptar las condiciones del mismo y suscribir un acuerdo o contrato que, entre otras cláusulas, recoge la obligación de recibir materiales publicitarios e información de *Canalmail*, una importante empresa dedicada al marketing vía correo

electrónico.³⁰⁴ De esta forma, el mecanismo de comodificación de los públicos televisivos en su conversión en audiencias subsume la vida de dichos públicos incluso cuando, de manera autónoma e independiente, generan sus propios espacios de actividad en red. Las comunidades *fandom* funcionan en muchas ocasiones como verdaderas factorías de producción de un plusvalor que, a través de una actividad semiótica autoorganizada y de carácter colaborativo, se presenta como auténtico trabajo externalizado, liofilizado e invisible, sin estatuto, ni remuneración ni reconocimiento alguno. Desde este punto de vista, el consumidor televisivo deviene multiplicador y *prosumidor* en una experiencia de bioproducción que excede con mucho los espacios y los tiempos reconocidos formalmente como trabajo por la sociedad y la economía política.

Nivel 3 de actividad fandom

Como ya sabemos, las comunidades *fandom* se caracterizan por el desarrollo de formas de producción cultural, composiciones estéticas y prácticas creativas: los fans suelen apropiarse de productos mediáticos para componer una suerte de cultura popular hecha de pautas alternativas de producción, uso, distribución y exhibición. Este tipo de dinámicas desafían constantemente a las industrias mediáticas y los órdenes jurídicos ligados a la propiedad intelectual. Los fans de *Hospital Central*, por ejemplo, solían producir materiales audiovisuales a partir de los episodios y las secuencias originales de la serie. Esas composiciones eran socializadas en Internet a través, fundamentalmente, de Youtube. Se trata de

³⁰⁴ *Canalmail* se define en su página web como “una empresa dedicada al email marketing, siendo en la actualidad el líder y claro referente en esta actividad dentro del país. A través de una importante cartera de clientes y agencias de medios, Canalmail envía diariamente publicidad, usando como canal el email. Esta publicidad, lejos de ser spam y correo inútil, consiste en anuncios publicitarios con ofertas diferenciadas de los más importantes anunciantes de España.” (<http://ayuda.canalmail.com/quees.html>)

doblajes cómicos que alteran el sentido de las secuencias, composiciones musicales y fotográficas en homenaje a determinados personajes, recopilaciones de momentos a los que se les atribuye una suerte de naturaleza “épica”, etc. La apropiación de contenidos mediante la descarga de Internet y su distribución digital mediante pautas ajenas a la lógica mercantil y de negocio, constituyen igualmente actividades de práctica masiva entre las comunidades *fandom*, fundamentalmente en relación a las series estadounidenses de ficción televisiva. En este caso, la práctica colaborativa en red para el subtitulado en castellano de episodios por parte de los fans constituye uno de los fenómenos más interesantes. Igualmente, uno de los campos de creación en el que los públicos y los fans se están mostrando más activos es el de la producción de *webseries* o *series web*, contenidos seriales concebidos para su distribución exclusiva en Internet o por telefonía móvil. Las denominadas *webnovelas*, también conocidas como *foronovelas*, son un fenómeno particularmente interesante en este sentido: se trata de historias televisivas de carácter serial creadas para Internet por públicos y comunidades *fandom* de la telenovela.

Nivel 4 de actividad fandom

Las comunidades *fandom* son espacios de creación de fuertes vínculos y de estrechos paralelismos e intersecciones entre la vida de sus miembros y los contenidos de los productos mediáticos que siguen. Esta producción de vínculos se inserta en una dinámica de lazo que sitúa la actividad de los fans en el marco de un verdadero *trabajo afectivo*, es decir, de producción de *afección* entendida a partir de la tercera acepción que ofrece el diccionario para la palabra: como *afición* (Real Academia de la Lengua Española, 2001). La articulación de paralelismos y afectos por parte de las comunidades *fandom* posee una doble dirección: transporta al fan al universo del producto mediático y lleva dicho universo al mundo del fan, donde éste resignifica y descodifica su contenido. La base de la naturaleza afectiva del trabajo *fandom* reside en su cualidad de continua producción de *familiaridad*, al menos en cuatro sentidos: (a) ligazón

familiar del fan con el universo de la serie; (b) tejido de redes familiares, es decir, la composición de un grupo de personas con una condición común que determina la formación de la comunidad *fandom*; (c) extensión de la atención sobre el producto hacia públicos que todavía no están familiarizados con dicho producto: una suerte de proselitismo continuo que, como señala Leveratto (2006), es constitutivo de toda sociabilidad artística, puesto que todo espectáculo posee el poder tanto de transportar al espectador, como de resultar transportable por el espectador a través de conversaciones e interacciones en su vida cotidiana; y (d) familiaridad con el producto en tanto que objeto: es característica del fan una inclinación por el coleccionismo de elementos propios del universo estético del producto mediático que le da sentido (camisetas, fotos, colecciones de DVD, tazas, pins, etc.). Desde este punto de vista, el trabajo afectivo del fan implica una *intersubjetividad*, ya que consiste en la creación colaborativa de un mundo colectivo de sentido y de experiencia compartido por personas (sujetos), y una *interobjetividad* (Latour, 1994 y 1996), puesto que genera un mundo de acciones y de significado compartido por personas y objetos.

No obstante, son la recuperación del *rito* y del *culto* como prácticas centrales en la articulación de la relación afectiva y la familiaridad del fan con el producto mediático los fenómenos que tal vez presentan una potencia teórica y analítica más aguda. Hace más de setenta y cinco años, Walter Benjamin señaló la reproducción en serie de contenidos artísticos como el inicio de una mutación que había afectado de manera vital a la cualidad de dichos contenidos. Según Benjamin (2003), las obras de arte surgieron al servicio de un ritual que primero fue mágico y después religioso. Esta condición le otorgó a las obras artísticas un aura que consistía en el carácter irrepetible y perenne de su unicidad o singularidad. En ese tipo de obras clásicas y auráticas prevalecía el valor para el culto, en un contexto de significado y sentido artístico en el que la obra no admitía copia alguna de sí misma y toda reproducción aparecía inmediatamente como profanación. Sin embargo, la obra artística de nuestro tiempo, caracterizada por su reproductibilidad técnica y serial, se presenta para Benjamin como

repetible y reactualizable, es decir, como punto de ruptura con las funciones originales de ritual, orden aurático y culto. En conflicto aparente con el análisis del pensador alemán, el fenómeno fan le restituye a la obra artística las tres funciones reseñadas: (1) toda experiencia fan incluye en sus prácticas una relación ritual con el producto mediático que en el caso de la ficción televisiva viene determinado por las propias cualidades del producto: como hemos visto en páginas anteriores, la serie en su desarrollo temporal impone a los públicos una racionalidad propia del *rito*, es decir, una costumbre o ceremonia que, fiel a un mismo formato, siempre se repite de la misma manera; (2) el aura, que se derivaba del carácter irrepetible de la obra, es de nuevo recuperado por la lógica fan, no en base a la imposibilidad de la réplica y la reproducción serial del producto, sino por lo que viene considerado como un mundo narrativo y estético cualitativamente original y único: mientras el producto resulta cuantitativamente replicable y permite la copia, basa su carácter aurático en la singularidad de su universo imaginario: para los fans de las míticas series estadounidenses *The Sopranos* o *The Wire*, por ejemplo, sus episodios resultan absolutamente copiables y replicables en la red, pero el mundo imaginario de sus historias resulta único e irrepetible (“*Tony sólo hay uno*” y “*Omar Little sólo hay uno*”, dicen los fans)³⁰⁵; y (3) no hay comunidad *fandom* sin ejercicio de un culto compartido hacia un producto o universo mediático, de hecho se nombra como “series de culto” aquellos productos de ficción televisiva serial que han marcado un hito para los públicos, determinando una intensidad de *fanatismo* reseñable entre sus seguidores.

Sin embargo, la restitución del culto y del rito por parte de la cultura *fandom* presenta una naturaleza paradójica y relativa: el conflicto entre las formas de vida de los fans y los presupuestos analíticos de Benjamin es únicamente aparente. En realidad, el culto *fandom* por los contenidos mediáticos se construye a partir de un ejercicio sistemático de desacralización de la “obra” mediante continuos actos

³⁰⁵ Tony Soprano es el protagonista carismático de *The Sopranos*. Omar Little es considerado por muchos fans el personaje más atractivo de *The Wire*. Ambos resultan sujetos con aura y personajes de culto.

de apropiación, multiplicación, copia y recombinación. Tal y como apunta el mismo Benjamin (2003), la metamorfosis consiste en la predominancia, por encima de todas las cosas, de un valor para la exhibición o para la experiencia, lo que determina el despliegue de un verdadero proceso de secularización de la esfera artística, es decir, la erosión de toda concepción sagrada o trascendental de la misma. Desde este punto de vista, las formas de vida *fandom* y la cultura participativa representan puntos de llegada de un proceso general de secularización que, como toda lógica secular, implica en realidad no la desaparición de la racionalidad del culto y el rito, es decir, el fin de la religiosidad, sino la transformación e interiorización de la misma hasta el punto de expresarse por vías que se disuelven en el cotidiano de la existencia y que no se relacionan explícitamente con el hecho religioso (Weber, 1976). El desencantamiento del universo artístico por la lógica *fandom* es, paradójicamente, la forma de reconstitución de la relevancia del culto y del rito en nuestra relación con los universos artísticos y los contenidos mediáticos. A partir de Benjamin, podríamos avanzar que uno de los elementos que se deriva del despliegue de esta racionalidad secular y paradójicamente desacralizadora es la posibilidad de una reterritorialización de lo artístico en el campo de lo político: “(...) si el criterio de autenticidad llega a fallar ante la producción artística, es que la función social del arte en su conjunto se ha trastornado. En lugar de su fundamentación en el ritual, debe aparecer su fundamentación en otra praxis, a saber: su fundamentación en la política” (Benjamin, 2003).

Nivel 5 de actividad fandom

A partir de la idea de una posible reterritorialización de lo artístico en lo político, podríamos interpretar los universos *fandom* como una base interesante para el desarrollo de lógicas de “activismo”. De hecho, la actitud fan televisiva implica en numerosas ocasiones una suerte de “militancia” en la serie a la que se rinde culto. El celo con el que, de un episodio a otro, se estudia su narrativa y se vigila su desarrollo forma parte de esta “militancia fan”. Los foros en Internet son a

menudo el espacio para campañas y ejercicios de presión a las cadenas en relación a cuestiones de forma y contenido de las series de televisión y, en general, de los productos mediáticos. Se trata de una suerte de activismo que genera una respuesta, al menos en parte y de forma simbólica, a la condición desempoderada de los públicos televisivos y a su conversión en objetos mediante el dispositivo audiencia. La serie *Hospital Central* constituye un buen ejemplo en este sentido: la creación de una apasionada historia de amor entre dos de sus personajes femeninos más importantes generó una fidelización importante de públicos gays, sobre todo mujeres. La relevancia de esta temática, que llevó a la serie a la obtención de diferentes premios y el reconocimiento público por su contribución a la normalización y el respeto de las mujeres lesbianas, generó igualmente la constitución de una comunidad *fandom* que funcionaba en el ejercicio de un doble “activismo”: por un lado, “militancia” en el orgullo gay y en la dignificación del colectivo de mujeres lesbianas; y, por otro lado, actividad de *lobby* constante en Internet y de vigilancia de la serie para que las tramas asociadas a esa temática y los dos personajes femeninos que mantenían una relación amorosa en la serie no sólo tuvieran centralidad en el conjunto de la historia general, sino que sus historias personales avanzaran y se resolvieran en función de los deseos de las fans.

Estas formas de “activismo” *fandom* pueden ser interpretadas a partir de la noción de *infrapolítica* (Scott, 1990). Se trata de un concepto que nombra las prácticas invisibles de resistencia cotidiana, individuales o colectivas, que los grupos subalternos despliegan de manera difusa en los territorios de la vida cotidiana: “(...) el término *infrapolítica* parece una forma económica de expresar la idea de que nos hallamos en un ámbito discreto de conflicto político. (...) la lucha sorda que los grupos subordinados libran cotidianamente se encuentra – como los rayos infrarrojos- más allá del espectro visible” (Scott, 1990). Cabe señalar que por *resistencia* no entendemos comportamientos meramente reactivos o de oposición, sino una amplia gama de prácticas sociales que en numerosas ocasiones poseen una naturaleza productiva y creativa. La

multiplicidad de prácticas y realidades que componen dicha praxis infrapolítica nos lleva a la conveniencia de nombrarla en plural, como *infrapolíticas*. Podemos hablar en este sentido de *infrapolíticas de los públicos* para dar cuenta de comportamientos discretos y de repertorios prácticas que no se muestran en los campos formales de la racionalidad política, sino que se mueven discretamente en los espacios de lo cotidiano: ciertas prácticas y lógicas asociadas al fenómeno *fandom* podrían entrar dentro de esta categoría. Lo interesante es que algunas de esas lógicas y de esos modos de hacer en red, de manera colaborativa e intersubjetiva y en la forma de agenciamientos, presentan cierta simetría con elementos característicos de nuevas formas de subjetivación y de práctica política asociadas en España al fenómeno 15-M.

Evidentemente, no estamos sugiriendo que el origen de la experiencia 15-M en España se encuentre en los foros de fans de series de televisión. Lo que lanzamos como idea es que muchos espacios *fandom* se construyen a partir de una cultura y una racionalidad simétricas a algunas de las pautas lógicas, organizativas y de funcionamiento del 15-M, es decir, lo que proponemos es la posibilidad de que exista una conexión entre las formas de vida y los comportamientos infrapolíticos de los públicos, en este caso expresados a través de las redes colaborativas y las comunidades *fandom*, y los lenguajes y las prácticas de la nuevas políticas que hemos conocido con el 15-M. En este sentido, y como un mero apunte metodológico en los márgenes de nuestro análisis, la clave infrapolítica puede resultar vital para desbloquear una mirada sociológica sobre el presente que en numerosas ocasiones se obsesiona con el evento, abandonando el estudio de los procesos sociales invisibles y/o informales que normalmente lo preceden, así como focalizando únicamente su atención en los referentes, lenguajes e imaginarios formales y explícitos de lo político.

INTERMEZZO 3

Explotación 2.0: la factoría Twitter y el trabajo invisible en red

En estas nuevas condiciones, sigue siendo verdad que todo trabajo es sobretrabajo; pero el sobretrabajo ya ni siquiera pasa por el trabajo. El sobretrabajo, y la organización capitalista en su conjunto, pasan cada vez menos por el estriaje de espacio-tiempo que corresponde al concepto físico-social de trabajo. Más bien se diría que la alienación humana ha sido sustituida en el propio sobretrabajo por una “esclavitud maquina” generalizada, de tal forma que se proporciona una plusvalía independientemente de cualquier trabajo (el niño, el jubilado, el parado, el telespectador, etc.). No sólo el usuario como tal tiende a devenir un empleado, sino que el capitalismo no actúa tanto mediante una cantidad de trabajo como mediante un proceso cualitativo complejo que pone en juego los modos de transporte, los modelos urbanos, los medios de comunicación, la industria del ocio, las formas de percibir y de sentir, todas las semióticas.

Gilles Deleuze y Félix Guattari, *Mil mesetas*

La producción de redes sociales en Internet ha conocido un desarrollo espectacular en los últimos años. Desde que en 1995 apareciera la primera, las redes sociales se han multiplicado hasta convertirse en los espacios más transitados de Internet. Sólo *Facebook*, una de las más conocidas, contaba en octubre de 2012 con mil millones de usuarios.³⁰⁶ En España, el 96% de los internautas entre los 18 y los 55 años usa esa red social, mientras que el 80% del total de usuarios de Internet declara participar en algún tipo de red social.³⁰⁷ Por eso su conversión en negocio está siendo tan rápida como su proliferación: Sonico, la red social online de mayor crecimiento en América Latina, realizó en 2008 una primera ronda de capitalización por valor de 4,3 millones de dólares.³⁰⁸ No obstante, la relevancia del fenómeno tiene un significado más cualitativo que cuantitativo. Lejos de constituir una mera realidad virtual, las redes sociales telemáticas cada vez explican más la materialidad del capitalismo actual y la ambivalencia del tiempo histórico que habitamos. Pese a su aparente halo de neutralidad, pueden ser interpretadas como un auténtico campo de batalla.

La sabia vital de las redes sociales en Internet es la misma gasolina que mueve el *biocapitalismo* (Codeluppi, 2008) en el que vivimos: lenguajes, subjetividad, saberes, afectos, relaciones. En definitiva, lo común y la vida. Si uno echa un vistazo a *Facebook* inmediatamente observa que la actividad principal de la mayoría de sus participantes consiste en la construcción de una narración multimedia de sus propias vidas. En ella lo privado se hace público y se exhibe en una suerte de competición informal entre intensidades vitales: cotizan más las páginas personales que más eventos vividos contienen. Hay millones de personas adictas a la publicación pormenorizada del transcurso de sus vidas. Los contactos que se tienen en la red se muestran como trofeos de una vida intensa en interacciones que se mide no por la cualidad de las relaciones, sino por la cantidad de conexiones que se atesoran. No hablamos de una comunicación cualquiera, en realidad la red funciona como una pasarela para la

³⁰⁶ <http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>

³⁰⁷ <http://alturl.com/unrer>

³⁰⁸ <http://www.infobae.com/notas/383877-.html>

autorreferencialidad. Más que interactuar, damos vueltas sobre nosotros mismos. *Facebook* es el orgasmo del ególatra. Como en el orgasmo mismo, el momento de su experiencia nos aleja del otro más que nos acerca. Es un tipo de sociabilidad que encierra una perversidad paradójica: se mueve por una red que individualiza.

Que lo común y la vida sean el motor y la energía de las redes sociales en Internet hace que sobre ellas se ciernan estrategias constantes para su dominio y su explotación. El capitalismo de hoy es global no sólo porque el capital haya puesto el planeta entero bajo su mando, sino también porque explota la vida social en su conjunto. Tres son los niveles de expropiación de lo común y de la vida en las redes sociales en Internet. El primero es su *privatización*: cuando te conviertes en usuario de *Facebook* firmas un contrato cuya letra pequeña advierte de que los dueños de la red social ostentarán la propiedad intelectual, exclusiva y perpetua, de todo lo que produzcas y publiques. El segundo es su *mercantilización*: en 2007 *Facebook* vendió una parte a *Microsoft* por 240 millones de dólares para que la red social se convirtiera en un modelo de negocio para marcas de fábrica en donde se ofrezcan sus productos y servicios según los datos y el perfil de los usuarios.³⁰⁹ El tercero es su *control*: en 2006 *Greylock Venture Capital* inyectó 27 millones y medio de dólares a *Facebook*.³¹⁰ Uno de los socios destacados de *Greylock* es *Howard Cox*, que pertenece al fondo de inversión en capital de riesgo de la CIA. La financiarización de la economía muestra abiertamente su dimensión de control social. Hace años la CIA hubiera infiltrado la red, hoy basta con que se haga con un paquete de acciones para controlar todo lo que se mueve por ella.

Pese a la opinión generalizada de que las redes sociales en Internet son territorios de interacción ociosa, cada vez se muestran más como auténticos espacios de producción que obligan a cuestionar la noción dominante y reductora del trabajo

³⁰⁹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>

³¹⁰ <http://alturl.com/bf3mf>

productivo. Como hemos visto a lo largo de nuestra investigación, la acumulación de capital es hoy cada vez más externa a los procesos de producción formalmente reconocidos como tales y descansa en una actividad que ocupa el conjunto de los tiempos sociales, dando lugar a una enorme masa de trabajo no reconocido y no retribuido: *una parte ingente del trabajo se hace invisible*. Las redes sociales en Internet nos aportan un buen campo fenomenológico donde el trabajo de los *prosumidores* se desarrolla con una enorme intensidad y una productividad desmedida. Veamos el caso de *Twitter*, la famosa red gratuita que permite a sus más de cincuenta millones de usuarios comunicarse a través de micro-textos.

Twitter fue creada en 2006 y está en manos de una empresa privada que desde su aparición ha recibido 55 millones de dólares en fondos de inversión provenientes fundamentalmente del capital riesgo.³¹¹ Hasta 2009 su servicio de *microblogging* solamente estaba disponible en inglés y en japonés.³¹² Un año antes, la compañía había anunciado en su blog la inminente aparición de versiones en otros idiomas. El procedimiento para la traducción era sencillo y altamente rentable: los usuarios de *Twitter* confeccionarían las nuevas versiones de manera voluntaria, es decir, trabajarían gratis. En el blog de la compañía se podía leer: “*No importa lo sofisticada que sea la tecnología, cada día se nos recuerda que en realidad se trata de personas y eso es algo que nos hemos tomado muy en serio a la hora de la traducción de Twitter. (...) Cuantos más voluntarios tengamos, más rápidamente iremos acumulando sugerencias sobre la traducción y más material tendremos para hacer Twitter accesible no sólo en inglés y japonés, sino también en francés, italiano, alemán y español. Distribuiremos las traducciones que nos enviéis a la plataforma de desarrolladores de Twitter para hacerles más fácil el ofreceros ayuda con las diferentes lenguas. La variedad de aplicaciones con las que hoy cuenta Twitter ha sido posible gracias a que nuestros desarrolladores se*

³¹¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Twitter>

³¹² El *microblogging*, también conocido como *nanoblogging*, es un servicio que permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves (alrededor de 140 caracteres), generalmente solo de texto. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Microblogging>)

aprovecharon de esta plataforma simple y abierta. Protocolos como ‘@mentions’ y ‘retweet’ fueron inventados por usuarios para sacar más partido de su experiencia Twitter”. El párrafo resulta útil para entender algunas de las características claves del modelo bioproductivo de trabajo invisible en el que se enredan los *prosumidores*. Hagámosle cuatro cortes al texto como si fuéramos geólogos y veamos qué encierra en su interior.

Corte 1: “*No importa lo sofisticada que sea la tecnología, cada día se nos recuerda que en realidad se trata de personas*”. Como ya sabemos, uno de los fenómenos más reseñables del nuevo paradigma productivo es la desmaterialización del capital fijo y la transferencia de sus funciones productivas y organizativas al cuerpo vivo de la fuerza de trabajo. Lo significativo no es que los usuarios de *Twitter* sean en realidad trabajadores de la compañía propietaria de la red, sino que encarnan una nueva cualidad en cuanto tales: más allá de poseer la fuerza de trabajo, operan como medios de producción en cuanto sedimentación de saberes adquiridos, lenguajes y gramáticas productivas, experiencias vividas y conocimientos acumulados. Al igual que ocurre con las empresas de producción de contenidos para televisión, la compañía *Twitter* no cuenta prácticamente con maquinaria ni infraestructuras físicas: su patrimonio son sus *prosumidores* en tanto que capital humano.

Corte 2: “*Distribuiremos las traducciones que nos enviéis a la plataforma de desarrolladores de Twitter*”. Como ya sabemos por nuestro análisis de los ámbitos productivos de los guionistas de ficción televisiva, la base de la organización del trabajo en el nuevo paradigma productivo es el desarrollo de una cooperación social reticular que desborda la concepción tradicional de la cooperación propia del modelo industrial clásico. La cooperación deja de tener un carácter situado y escapa a los espacios y los tiempos del trabajo remunerado y formalmente reconocido como tal. Sigue siendo esa “*forma de trabajo de muchos obreros coordinados y reunidos con arreglo a un plan en el mismo proceso de producción o en procesos de producción distintos pero enlazados*”

que definiera Marx (1984), pero su punto de partida ya no es “*la reunión de un número relativamente grande de obreros que trabajan al mismo tiempo, en el mismo sitio*”. La fábrica de *Twitter* es la vida social misma. No hay manera de establecer una neta frontera entre producción y reproducción. El ocio y su negación, el *neg-ocio*, son aquí indistinguibles. Por eso se trata de un modelo que conlleva una economía intensiva en trabajo, porque éste se encuentra por todas partes, porque nos enreda todo el tiempo.

Corte 3: “(*...*) *nuestros desarrolladores se aprovecharon de esta plataforma simple y abierta*”. La base del sistema de trabajo de *Twitter* es la simplicidad de sus aplicaciones y el carácter abierto de las mismas. Lo esencial es que resulten manejables y accesibles para todos los usuarios. El nuevo paradigma productivo implica un acceso abierto a lo común, su materia prima fundamental, sobre todo en sus formas sociales: redes de comunicación, bancos de información y circuitos culturales. Hardt y Negri (2009) señalan que la innovación en las tecnologías de Internet depende directamente tanto del acceso al común y a la información, como de la habilidad para conectar e interactuar con otros en redes de carácter no restrictivo. Todas las formas descentralizadas de producción necesitan de la libertad y del acceso al común, incluso aquellas en las que no se ven envueltas las tecnologías telemáticas. El problema que se le plantea al capital en este nuevo paradigma es el del gobierno de unos circuitos productivos que requieren de ese grado de libertad. La experiencia en Internet nos muestra que cuanto más trata de regular legal y económicamente el acceso y la distribución de la producción de lo común en la red, más herramientas desarrolla la inteligencia colectiva para apropiarse y reproducir lo común por canales ajenos a la lógica propietaria y mercantil.

Corte 4: “*Protocolos como ‘@mentions’ y ‘retweet’ fueron inventados por usuarios para sacar más partido de su experiencia Twitter*”. Calificar como meros usuarios a los productores tanto del carácter multilingüe de *Twitter*, como de los mencionados protocolos del servicio, significa ocultar su carácter de

productores. Invisibilizar su trabajo supone un ejercicio evidente de precarización del mismo: ni siquiera se le reconoce como tal. Como ya hemos visto en el caso de los guionistas de televisión, una de las paradojas más agudas que presenta el nuevo modelo productivo es que al mismo tiempo que le concede centralidad al trabajo cognitivo en tanto que palanca de la producción de riqueza, lo desvaloriza en términos de salario y de empleo. A pesar de su evidente contribución productiva, el trabajo de los *prosumidores* en *Twitter* no es remunerado, ni el valor que produce tomado en cuenta, puesto que escapa a la esfera monetaria del intercambio mercantil y de la relación salarial. La sociedad del conocimiento no implica una economía intensa en trabajo sin más, bascula sobre un trabajo sin estatuto, cada vez más sumergido e invisibilizado. Como señala Zallo (2011), se trata de un tipo de sociedad en la que, al mismo tiempo que el conocimiento pasa a ser un input directamente productivo, se produce una desvalorización general del saber humano y su remuneración, así como se asiste a procesos intensos de privatización o despublicitación que contradicen la tendencia de la mayor parte de la información y de los contenidos culturales a resultar bienes públicos compartibles.

Sin embargo, que el uso de la categoría “usuario” esconda que los internautas que habitan las redes sociales en Internet sean en realidad sus productores, no significa que no sean usuarios de un servicio. Lo que la red *Twitter* pone de manifiesto no es sólo hasta qué punto las relaciones de servicio son siempre el resultado de una coproducción de la que los usuarios son parte activa, sino que el desarrollo del capitalismo cognitivo hace del usuario el auténtico sujeto de la producción. Cuando los propietarios de *Twitter* lanzaron en 2006 su red en Internet no podían ni imaginar hasta qué punto delegarían en sus participantes la producción. La red fue diseñada para que sus clientes se comunicaran a través de los llamados “*tweets*”, micro-entradas basadas en texto con una longitud máxima de 140 caracteres. Hoy, sin embargo, una de las actividades comunicativas de mayor peso y envergadura en *Twitter* es el denominado “*retweeting*”, que capacita a los usuarios para rebotar y compartir tweets generados por otros. Lo

interesante es que los dueños de la red social no tuvieron nada que ver en la creación de dicha herramienta: fue la inteligencia colectiva de los *prosumidores* la que generó autónomamente la innovación.

Las redes sociales en Internet no sólo desnudan las concepciones dominantes sobre el trabajo, sirven además para enfatizar hasta qué punto se ha operado una mutación en la naturaleza del consumo que invalida la manera que hasta ahora hemos tenido de pensarlo. Como ya sabemos, el nuevo modelo económico en el que se inserta el desarrollo del trabajo cognitivo es ante todo un paradigma social que se define por la integración productiva de los consumidores como productores: participan de una proliferación dispersa de actos creativos y comunicativos en torno a unas mercancías cuya vida no se agota en el acto de su consumo, sino que se prolonga a través de una continua actividad lingüística y relacional protagonizada por unos consumidores que no dejan de producir imaginarios asociados al producto y a su marca.

Las redes sociales en Internet se insertan en esta nueva naturaleza productiva del consumo y se convierten irremediabilmente en uno de sus motores más dinámicos. Las agencias de publicidad y las empresas de marketing lo saben y se han lanzado a parasitar el carácter productivo de sus participantes, poniendo la subjetividad y la información que sus relaciones sociales producen al servicio de un mercado cuyo contorno coincide con el de la sociedad misma. Nielsen, una prestigiosa compañía transnacional de consulting en marketing y mercados, decía en un estudio publicado en marzo de 2009: *“Las comunidades de fans son quizás uno de los ejemplos más exitosos de un marketing en las redes sociales que se basa en los principios de la interactividad y del valor añadido. (...) Las redes sociales contribuyen enormemente a generar afinidad de marca para anunciantes a través de esas comunidades de fans que, en esencia, funcionan como la publicidad misma”* (Nielsen, 2009). La red *Facebook*, por ejemplo, cuenta con una comunidad llamada *“Adictos a Starbucks”*, cuyos protagonistas son usuarios que comparten su afinidad por la red estadounidense de cafeterías

del mismo nombre. El descomunal volumen de interactividad y el nivel de producción de subjetividad que genera dicha comunidad se puede medir con tan sólo tres datos: cuenta con más de 34 millones de *prodsumidores* suscritos, que conversan en los centenares de foros de discusión diferentes abiertos y en torno a las miles de entradas que se han publicado hasta la fecha.³¹³ La productividad de dicha comunidad no se deriva del uso instrumental que el marketing hace del flujo comunicativo que sus participantes producen con sus interacciones, sino de la interacción y del flujo comunicativo mismo: es la sociabilidad misma y el hecho de conversar lo que resulta productivo. La agencia Nielsen lo expresa así al trazar líneas estratégicas para posibles empresas anunciantes: *“que los miembros de la red social sean co-creadores de su contenido y que, consecuentemente, tengan un sentido de pertenencia a la misma, significa que la publicidad deba basarse en la participación en una relevante conversación con los consumidores mejor que en una simple presión hacia ellos a través de anuncios. La publicidad no debe interrumpir o invadir la experiencia en la red social, tiene que ser parte de la conversación”* (Nielsen, 2009).

Es evidente que el consumidor no es ya la figura clásica de la demanda pasiva de una mercancía estandarizada, sino el sujeto activo de un verdadero trabajo que integra sus deseos y valores en la constitución del producto, fabricando el universo simbólico del mismo. Un trabajo que no encuentra únicamente en la subjetividad su combustible y su resultado, sino que hace de la afectividad uno de sus motores más significativos: la actividad de los participantes en redes sociales de Internet no sólo posee una naturaleza cognitiva, tiene además un marcado carácter afectivo. A la consultora Nielsen no se le ha escapado este detalle, por eso apunta en su estudio que *“las redes sociales giran en última instancia en torno a la amistad, sus miembros añaden recíprocamente valor a sus vidas mediante la interacción. (...) Al igual que la amistad, el marketing en las redes sociales requiere de una inversión continua en términos de un tiempo y un esfuerzo opuesto a lo puramente económico”* (Nielsen, 2009). Es evidente que

³¹³ <http://alturl.com/4p3o6>

supone un uso demasiado ligero de un concepto tan fuerte como la amistad, pero no es menos evidente que la lógica que mueve a la mayoría de los participantes en redes sociales en Internet escapa a una racionalidad puramente económica en la que, de muy diferentes maneras, se ve implicada una acción desinteresada y se moviliza la afectividad. Que el fondo de la lógica afectiva que mueve las redes sea ajeno al hecho económico subraya el carácter rematadamente perverso de la capitalización de la sociabilidad *online*. La perversidad, no obstante, está ya implícita en la manera en que proponen y organizan la interacción algunas de las redes sociales más importantes en Internet. Víctor Keegan (2007) ha descrito como “*nueva filatelia*” la colección de contactos que bajo el calificativo de “amigos” recopilan los usuarios de la red *Facebook*. La perversión del concepto de amistad está ya implícita en la propia lógica de funcionamiento de esa red: la amistad se sujeta al cálculo y se propone sin roce y sin proceso. Paradójicamente, no tiene ningún valor pero valoriza al que la posee y se exhibe como un capital simbólico susceptible de convertirse en capital económico.

4.3. Un trabajo invisible de cuarta generación

(...) valorar, al contrario, las continuidades, las circulaciones, las transferencias en todos los sentidos entre lo informal, lo doméstico y las formas mercantiles con estatuto, significa contribuir al redescubrimiento de la parte invisible y enigmática de toda actividad industrial, la imposibilidad de circunscribir claramente los recursos, los actos y los espacios en los que se despliegan los cuerpos y las almas humanas en todo trabajo (...) De esta manera, restituir la actividad doméstica como “trabajo” significa, junto a un reequilibrio de nuestra visión de la vida social y familiar, profundizar nuestra aproximación al trabajo “en general” haciéndonos reflexionar sobre qué es el trabajo “invisible” en ese trabajo y, a partir de ahí, en todo trabajo.

Yves Schwartz

Nuestra actividad investigadora en los universos de la fabricación de contenidos seriales de ficción televisiva en España, centrada en el análisis de la condición y el trabajo de los guionistas y en la propuesta de una mínima aproximación a los públicos televisivos, se enmarca en un intento colectivo de investigación y clarificación sociológica de los escenarios actuales del trabajo en nuestra sociedad. Bajo la dirección del profesor Juan José Castillo, el Grupo de Investigación ‘Charles Babbage’ en Ciencias Sociales del Trabajo de la Universidad Complutense de Madrid, del que formamos parte, ha desarrollado en los últimos años una tarea continuada de investigación en torno a lo que se ha venido en denominar como *trabajo invisible* (Castillo, 1994; Castillo et al., 2003).³¹⁴ La apuesta fundamental de esta tarea ha sido la de hacer frente, a través de la investigación sobre el terreno y bajo una mirada sociológica, a la trivialización del discurso acerca de un supuesto *fin del trabajo* (Rifkin, 1995), iluminando, por el contrario, no sólo lo que en realidad son procesos de

³¹⁴ El proyecto “El trabajo invisible en España: una evaluación y valoración del trabajo realmente existente, de su condición, problemas y esperanzas” (TRABIN), financiado por el Plan Nacional de Investigación Científica, Desarrollo e Innovación Tecnológica del Ministerio de Ciencia y Tecnología de España, ha dado buena cuenta de esta labor investigadora en los últimos años (<http://alturl.com/ohc8m>). Una presentación del proyecto, junto con una descripción de los casos de estudio, se puede ver en: Castillo et al., 2003; y Castillo (dir.), 2005. La revista *Sociología del trabajo* dedicó integralmente al fenómeno del trabajo invisible su número 45 (primavera 2002).

ocultación del mismo, sino la centralidad que posee actualmente en nuestras sociedades.

Desde este punto de vista, la categoría de trabajo invisible da cuenta de dos pautas de invisibilización que determinan una parte sustancial de las características fundamentales de los escenarios productivos en nuestros días:

(a) Una invisibilización de la producción mediante una deslocalización, descomposición, liofilización y externalización de los procesos y los agentes productivos.

(b) Una invisibilización de la producción mediante su extensión a esferas de la vida social antes excluidas y diferenciadas de los espacios formales del trabajo, en un movimiento que determina la colonización integral del conjunto de las actividades, los tiempos y los espacios de la vida por parte del trabajo: la producción deviene *bioproducción*.

Tal y como hemos ido viendo a lo largo de nuestro análisis, ambos fenómenos poseen una presencia manifiesta en el sector de la producción televisiva de nuestro país, tanto en lo que respecta a los marcos formales de fabricación de contenidos seriales de ficción, como en lo referente a las actividades y a las formas de vida de los públicos. En este sentido, a lo largo de nuestro trabajo de investigación hemos visto cómo las características de las formas, temporalidades y territorios complejos de desarrollo de la prestación laboral de los guionistas, junto a las dinámicas de su regulación, así como las políticas de organización empresarial y de constitución del régimen concurrencial características del sector televisivo, hacen de la fabricación de contenidos de ficción para televisión un espacio de alta socialización de la producción, a través de la multiplicación de los procesos de invisibilización del trabajo. En este contexto, hemos visto como la actividad de los guionistas se inscribe en procesos productivos que desbordan los

marcos de la prestación laboral formalmente reconocida como tal, invisibilizándose en los tiempos y los espacios de la vida social en su conjunto. De manera simétrica, hemos argumentado cómo la actividad de las audiencias y de los públicos convertidos en *prosumidores* posee un carácter eminentemente productivo y se muestra carente de estatuto, remuneración o reconocimiento alguno, sujeta a una sistemática invisibilización de su sentido real: la producción de un plusvalor oculto que resulta vampirizado por las compañías mediáticas. Es, precisamente, la combinación entre cualidad del trabajo de los escritores de ficción televisiva y características de la labor que desempeñan sus públicos, la que nos lleva a proponer abiertamente la categoría de *trabajo invisible* como clave interpretativa de las dinámicas productivas propias de los ciclos complejos de la fabricación y la realización de productos de ficción televisiva serial en España.

Cuatro son las dimensiones en las que se despliegan y se materializan las experiencias de trabajo invisible en los universos productivos, formales e informales, de las series de televisión:

I. Invisibilización en el espacio

La generalización de procesos intensos de externalización productiva por parte de las cadenas y compañías televisivas en nuestro país se relaciona con un proceso masivo de desterritorialización y socialización del trabajo. Dicho proceso se corresponde con una política empresarial que ha priorizado una *producción ligera* y el desarrollo de una forma organizativa en red. Como fruto de esta dinámica, ingrediente esencial de la reestructuración del sector televisivo ligada al desarrollo de su liberalización, gran parte del trabajo se ha desperdigado e invisibilizado por pequeñas empresas cuyo capital fijo más significativo son los propios trabajadores. Por otro lado, la prestación laboral de la mayoría de estos trabajadores, sobre todo de aquellos cuya actividad viene definida por su cualidad cognitiva y relacional, escapa del espacio físico de la empresa,

colonizando tanto la esfera doméstica, como el conjunto de los diferentes territorios de la sociabilidad y la vida cotidiana del trabajador. Desde este punto de vista, el trabajo deviene ubicuo y nómada.

Es importante señalar que ubicuidad y nomadismo no constituyen únicamente hilos fenomenológicos por los que se distribuye un cúmulo reseñable de experiencias productivas de carácter desterritorializado, sino que indican la pertinencia de un giro metodológico que sitúe el análisis sociológico del trabajo en las coordenadas de una *geosociología*, por usar un término derivado del concepto de *geofilosofía* propuesto por Deleuze y Guattari (1997): una mirada sociológica en disposición de aprehender la complejidad de una dinámica productiva en la que el trabajo se funde con el territorio hasta desarrollar una identidad existencial común y en la que el conjunto de los espacios de vida del trabajador se constituyen en el territorio de una actividad laboral que se funde con el cotidiano hasta hacerse invisible. Si tradicionalmente las cartografías sociológicas del trabajo han remitido siempre a coordenadas espaciales delimitables y sus trazos se han correspondido con las coordenadas de una geometría euclídea, a lo largo de nuestro análisis de la actividad de los guionistas y de los públicos televisivos hemos puesto de manifiesto la necesidad de romper con esas pautas conceptuales tradicionales para dar cuenta sociológicamente de una mutación vital del trabajo: su viaje del espacio al *hiperespacio*, un campo virtual que no resulta definible mediante límites físicos y que no remite a espacios cerrados ni a tiempos acotables.³¹⁵

II. Invisibilización en el tiempo

Tanto el trabajo de los guionistas como la actividad productiva de los públicos y las audiencias televisivas nos conectan con una ruptura de los límites y las

³¹⁵ Sobre la categoría de *geometría euclídea* en su relación con el fenómeno del trabajo y sobre el concepto de *geofilosofía* se puede consultar las entradas correspondientes en el inventario. Para un análisis de la relación entre producción e *hiperespacio* a partir del paso de la centralidad productiva del espacio físico-geográfico al carácter vital del campo comunicativo-virtual se puede ver: Fumagalli, 2004.

fronteras sociales que tradicionalmente han definido una distinción entre un tiempo de producción y otro de reproducción, considerados respectivamente como tiempo productivo y tiempo no productivo. Esta ruptura indica la necesidad tanto de revisar la pertinencia y la utilidad explicativa de la categoría de *jornada de trabajo*, como de redefinir radicalmente la propia concepción del tiempo de la producción. Como hemos visto en nuestro análisis de las realidades asociadas a la fabricación y a la recepción productiva de contenidos de ficción televisiva, la producción recubre el conjunto de los tiempos de la vida, aboliendo la frontera entre trabajo y no-trabajo y haciendo del consumir un tiempo de verdadera producción: el acto mismo de vivir en sociedad y las actividades ligadas a los tiempos de consumo se constituyen en un trabajo de naturaleza invisible.

A partir de estas premisas se impone una redefinición metodológica de la relación de la sociología del trabajo con la categoría de tiempo, tradicionalmente construida a partir de una concepción del tiempo de trabajo como magnitud calculable y cuantificable, una entidad susceptible de ser parcelada y distinguida del conjunto de las temporalidades sociales. Para esta tarea de redefinición encontramos un primer material útil en la propuesta metodológica de una *sociología de las relaciones salariales* (Rolle, 2003; García, Lago et al. 2005), que postula la necesidad de una construcción sociológica del fenómeno del trabajo como relación social. Esta propuesta descansa en una concepción de la acción recíproca de trabajadores y empleadores definida como una estructura económico-social dinámica que encadena temporalidades que implican al conjunto de las relaciones sociales. Sin embargo, esta sociología sigue atada a una definición del trabajo en tanto que relación social particular cuyo vector de sentido viene determinado por su sujeción a la racionalidad propia de la relación salarial, un marco de comprensión de lo productivo que encoge y se muestra incapaz de dar cuenta sociológica de la complejidad de la producción televisiva en particular, y del trabajo cognitivo en general, que hemos ido desgranando a lo largo de nuestra actividad investigadora.

Un segundo material, más útil e indicado para nuestro análisis, es la propuesta de una mutación metodológica a partir de la reconceptualización sociológica del tiempo social que ha sido nombrada como *sociología del devenir* (Zarifian, 2012). Uno de los puntos de partida de esta propuesta es el análisis de Gilles Deleuze del tiempo a partir de su lectura de Platón. Según Deleuze (2005), cabe distinguir dos dimensiones diferenciadas: (a) una de las cosas limitadas y medibles, sujetos de cualidades fijas; y (b) otra constituida por un devenir sin medida. A partir de esta distinción, Zarifian (2001) propone tres elementos fundamentales para entender en qué consiste una lógica temporal entendida en los términos de un *tiempo-devenir* que: (1) da cuenta de procesos y fenómenos que no pueden ser fijados en un punto temporal concreto; (2) no soporta la escisión entre un antes y un después; y (3) no separa el futuro del pasado. Tanto los guionistas como los públicos de la ficción televisiva habitan un *tiempo-devenir*: su actividad productiva no resulta cuantificable ni calculable en términos temporales porque remite a procesos y fenómenos imposibles de fijar en un momento o punto concreto: la vida en su conjunto deviene productiva en un *continuum* de tiempo que, lejos de distinguir entre un antes y un después, dibuja una continuidad de actividades, posiciones y tiempos flexibles que determinan un constante ejercicio mercantilizado de producción de valor. El *devenir* no es lo mismo que el *ser*: uno no es un tiempo trabajador y otro consumidor, actor por un rato y espectador por otro, no hay posibilidad de separar un pasado de un futuro, uno *deviene* ambas cosas en la figura del *prosumidor*. El *tiempo-devenir* determina una existencia híbrida de *cuasi-objetos* y *cuasi-sujetos* que dificulta todo proceso de dicotomización (Serres, 1991). Desde este punto de vista, podríamos distinguir con Zarifian (2001) entre una *sociología de la regulación y de la identidad del trabajo* y una *sociología del trabajo como devenir*. La primera viene definida por una búsqueda del orden y la coherencia, la segunda explora el desorden, la incoherencia y la pérdida de identidad. A tenor de nuestra labor investigadora, una sociología del desorden parece más pertinente que una sociología del orden a la hora de dar cuenta de la complejidad de los mundos productivos y existenciales asociados al trabajo

cognitivo y a los universos mediáticos actuales.

III. *Invisibilización por socialización*

El carácter productivo del consumidor devenido *prosumidor*, así como su condición de sujeto activo en la configuración del producto y de su sentido social, hacen que el trabajo se socialice hasta desbordar el estricto marco de los actores productivos formalmente reconocidos como tales: cuando el consumo mediático deviene producción, el telespectador se convierte en un trabajador invisible que realiza una prestación no reconocida ni remunerada. Al mismo tiempo, cuando el escritor de contenidos seriales de ficción televisiva pone a trabajar al conjunto de los tiempos y los espacios de su existencia, implicando con esa acción al cúmulo de interacciones que componen su vida social, la producción alcanza un nivel de socialización sin límite ni medida. Como hemos puesto de manifiesto a lo largo de nuestra labor investigadora, las condiciones de la producción del flujo televisivo y mediático coinciden directamente con las condiciones sociales de producción y reproducción de la sociedad misma: el trabajo se invisibiliza y se confunde con el vivir.

IV. *Invisibilización por desplazamiento del control*

Como pone de manifiesto la dinámica profesional de los guionistas televisivos, el trabajo concreto y el proceso material de fabricación se invisibilizan con la hegemonía de la organización por proyectos, el desarrollo por objetivos y la centralidad del resultado. El trabajo concreto, como realidad objetivada y objetivable, desaparece para el gobierno patronal: la labor deja de ser objeto de vigilancia por parte de una gerencia que despliega un control elástico por modulación centrado únicamente en el resultado. La autoorganización de la prestación laboral que aparece asociada a la generalización del trabajo autónomo y por cuenta propia, relega el control sobre el trabajo concreto a un plano periférico, invisible a los ojos de las cadenas y las corporaciones televisivas.

Al mismo tiempo, la centralidad del vivir como vector fundamental de la lógica bioproductiva que rige las pautas actuales de valorización capitalista, desplaza el nudo del control patronal del trabajo concreto a la totalidad existencial del trabajo vivo. Como hemos visto al analizar las pautas de financiarización y precarización del vivir, el control pierde de vista los espacios y procesos formales de trabajo para concentrarse sobre la vida. De esta manera, invisibiliza la materialidad concreta de la prestación laboral. De forma complementaria, la naturaleza eminentemente productiva de la circulación y la conversión de los públicos en *prosumidores* activa dos pautas básicas de gobierno patronal del consumo devenido producción: (1) la imposición de una invisibilización del carácter productivo de la atención televisiva y del trabajo de los públicos, sujetando la producción a una condición sin estatuto, ni reconocimiento, ni remuneración; y (2) la conversión de la propiedad en control: cuando la naturaleza inmaterial, informacional y digital de los contenidos mediáticos conlleva que nuestro disfrute y la propiedad sobre las mismas no excluye el disfrute y la propiedad de otras personas sobre exactamente los mismos contenidos, puesto que resultan replicables y multiplicables, la propiedad se presenta abiertamente como artificio arbitrario para el control del acceso social a dichos contenidos.³¹⁶

Las cuatro dimensiones de invisibilización del trabajo que acabamos de describir a partir de nuestro análisis del medio televisivo se conectan con una suerte de *continuum* histórico en el que se inscribe el despliegue del trabajo invisible en nuestras sociedades. Como ya hemos apuntado en páginas anteriores, hacemos uso de la noción de *continuum* no con un sentido teleológico, ni para dar cuenta de una percepción lineal del desarrollo, sino desde una pauta analítica que apunta movimientos paradójicos en el tiempo que funcionan como rupturas y conflictos marcados por una cierta continuidad lógica. Desde este punto de vista, podemos

³¹⁶ Sobre el concepto de “Propiedad como control” se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

describir cuatro generaciones diferentes de trabajo invisible que se han desplegado con mayor o menor intensidad en la últimas cuatro décadas:

1. Un *trabajo invisible de primera generación* como producto de los intensos procesos de reestructuración productiva que desembocaron en el desmantelamiento de la gran fábrica y en la imposición hegemónica del modelo de la *producción ligera*, que como ya hemos definido en este mismo estudio, hace referencia a modificación radical en la estructura de la organización empresarial a través de la flexibilización de los procesos productivos, la externalización de enteros segmentos de la producción, la subcontratación de servicios y la reducción de inventarios y mercancías en stock a través de un permanente ajuste a la demanda en tiempo real (*Just in time*).³¹⁷ Como ya sabemos, este modelo supone la invisibilización de los procesos productivos a partir de su liofilización y su diseminación por el territorio.

2. Un *trabajo invisible de segunda generación* que se relaciona con el carácter productivo del trabajo de reproducción que fue puesto de relieve por el movimiento feminista a partir de los años setenta del pasado siglo. Así, esta segunda generación de trabajo invisible hace referencia fundamentalmente a la condición no reconocida ni remunerada del trabajo doméstico y de cuidados, concebido tradicionalmente como esfera de la reproducción y, por lo tanto, catalogado como no productivo y excluido por naturaleza de la relación salarial. Como el movimiento y la teoría feminista se han encargado de demostrar, el capital no se despliega simplemente a partir de una relación salarial de trabajo, sino que se sostiene por una relación dual de trabajo: *asalariado* en la producción y *no asalariado* en la reproducción (Fortunati, 1995). La invisibilidad histórica del trabajo de la mujer se deriva de este desequilibrio en el reconocimiento del trabajo de reproducción, punto de origen de la discriminación del mismo.

³¹⁷ Sobre el concepto de *producción ligera* se puede consultar la entrada del inventario: “Lean production”.

3. Un *trabajo invisible de tercera generación* que hace referencia al universo del denominado trabajo sumergido, como esfera invisible de todos aquellos procesos de producción que se sustraen a uno o más aspectos de la economía formal, entendida como el conjunto de procesos de producción e intercambio de bienes y servicios regulados por el mercado y realizados típicamente por empresas industriales y comerciales con fines lucrativos, que actúan con arreglo a las normas del derecho comercial, fiscal y laboral (Bagnasco, 1988). Como señala el Colectivo IOE (2008), esta forma de trabajo invisible recibió en España una especial atención durante la década de los ochenta y parte de los años noventa, tanto desde ámbitos académicos como institucionales. Este boom coincidió con una coyuntura específica: la crisis del modelo de desarrollo fordista a nivel internacional, el incremento sin antecedentes del desempleo en el país y la pugna por definir vías de salida a dicha crisis.

4. Un *trabajo invisible de cuarta generación* constituido por las pautas actuales de *bioproducción* en el contexto histórico de un *biocapitalismo* (Codeluppi, 2008) que, además de producir valor extrayéndolo de la vida humana (*zoe*), subsume el conjunto de relaciones y esferas espacio-temporales que componen la vida social (*bios*).³¹⁸ Se trata de una verdadera mutación que afecta al concepto mismo de acumulación de capital: ya no consiste tanto en inversión en capital constante y en capital variable (salario), como en inversión en dispositivos de producción y captación del valor producido en el exterior de los procesos reconocidos formalmente como productivos (Marazzi, 2009). Como hemos puesto de manifiesto con el análisis de la figura del *prosumidor* en los mundos 2.0 y en los universos de la producción y la circulación televisivas, el plusvalor se genera sobre todo del ahorro de los costes del trabajo en la medida en que éste resulta externalizado a unos públicos que devienen productores y a unas audiencias que funcionan como mercancía. La cantidad de plusvalor que generan estos nuevos dispositivos de extracción del valor es inmensa y descansa en toda una galaxia invisible de trabajos que generan: (a) una descomunal reducción del

³¹⁸ Para una análisis de la distinción entre *zoe* y *bios* se puede ver: Agamben, 1995.

salario directo e indirecto, puesto que la invisibilidad implica carencia absoluta de reconocimiento, remuneración o estatuto; y (b) la creación de una cuenca de trabajo gratuito que pone a producir la esfera de la circulación y del consumo (Marazzi, 2009). Este trabajo del consumidor (Dujarier, 2008), se une a las dimensiones invisibles del trabajo cognitivo que hemos estudiado en el caso de los guionistas de ficción televisiva serial para dibujar una realidad bioproductiva que coloniza por completo tanto la vida hecha de facultades genéricas de carácter mental, lingüístico y emocional (*zoe*), como el vivir compuesto por una sociabilidad siempre difusa y compuesta de relaciones e interacciones, de formas de vida y de disposiciones éticas (*bios*), en definitiva, la explotación integral del *individuo social* (Simondon, 1989).

Las cuatro generaciones de trabajo invisible que acabamos de proponer funcionan como herramientas para una problematización sociológica y política del concepto de producción, así como constituyen materiales imprescindibles para la investigación del marco de relaciones sociales y de los ámbitos de la sociabilidad en los que el trabajo se materializa y se despliega en nuestros días. En 1996 se publicaba en Francia un libro importante en este sentido: *Le bassin de travail immatériel (BTI) dans la metropole parisienne* (Corsani, Lazzarato y Negri).³¹⁹ El texto recogía los resultados de dos experiencias investigadoras centradas en las realidades productivas del sector audiovisual, publicitario, de la fotografía y de la moda en la región de París.³²⁰ El objetivo de los investigadores con la publicación de sus análisis era la propuesta, más allá del valor fenomenológico de su labor investigadora, de un análisis complejo de la articulación entre sistema productivo, espacio metropolitano y actores sociales que parecía estar prefigurando una fase crítica en la que se dejaban ver transformaciones decisivas de las realidades productivas y sus actores

³¹⁹ *La cuenca del trabajo inmaterial (CTI) en la metrópoli parisina.*

³²⁰ Las referencias de los dos proyectos de investigación son las siguientes: (1) *Secrétariat Permanent du plan Urbain du Ministère de l'Équipement, du Logement et de l'Aménagement du Territoire et des Transports et de la Mer. Convention de recherche n° 91/31135/00/225/75/01 – Paris, 1993.* (2) *Ministère des Affaires Sociales, de la Santé et de la Ville, Mission Interministérielle Recherche Expérimentation (M.I.R.E.). Convention de recherche n° 048/93 – Paris, 1994.*

fundamentales: cambios sustanciales de tipo antropológico que modificaban los contenidos del trabajo y mutaciones decisivas que lo afectaban en tanto que relación social y forma universal de mediación.

Nuestro trabajo de investigación en torno a la producción de contenidos de ficción televisiva en España confirma muchas de las intuiciones y de los innovadores análisis propuestos hace diecisiete años por Corsani, Lazzarato y Negri a partir de su trabajo de investigación en la región de París. Algunas de sus propuestas analíticas, colocadas en relación con el contenido de nuestra investigación, fundamentalmente en lo que atañe a la idea de un proceso complejo de invisibilización del trabajo, no sólo muestran la absoluta pertinencia de su formulación hace casi veinte años, sino que ponen de manifiesto lo acertado de sus implicaciones a tenor de las realidades productivas que visten nuestros días. Esas propuestas dibujan interesantes hilos conceptuales y analíticos de los que tirar de cara al diseño y desarrollo de futuros esfuerzos investigadores, al mismo tiempo que ponen sobre la mesa filones conceptuales que consideramos ciertamente productivos para la discusión y el debate sociológico. Podemos agrupar esos filones en cuatro campos problemáticos:

Filón 1: tendencia a la ecuación “vida = trabajo”

El contexto histórico en el que se despliegan los fenómenos asociados a los procesos de liofilización productiva y de invisibilización del trabajo es el tiempo de la definitiva consolidación de una transición que ha mudado el núcleo de la valorización capitalista desde los órdenes del empleo, a las realidades espacio-temporales de la vida y los territorios existenciales, desplegándose por el conjunto de las relaciones sociales y las experiencias vitales. “El paso de la sociedad fábrica a la fábrica social” (Negri, 1981) no sólo se ha consumado, sino que ha alterado con una intensidad reseñable los viejos equilibrios y las viejas concepciones que determinaban los sujetos, las formas y los contenidos de las prestaciones laborales y los procesos productivos.

La predación patronal de factores y relaciones que hemos catalogado a lo largo de nuestra investigación como “externalidades positivas”, encuentra en la figura de los *prosumidores* uno de sus elementos de mayor potencia. Desde este punto de vista, la emergencia de los públicos como sujetos directamente productivos y el descubrimiento de la circulación de contenidos mediáticos como esfera de un trabajo de carácter invisible confirman el elevadísimo grado de socialización que presentan los procesos productivos contemporáneos.

Evidentemente, el trabajo siempre ha presentado un carácter eminentemente social. Lo que hemos apuntado con nuestro estudio del medio televisivo es: (a) una pérdida de centralidad productiva de los tiempos y los espacios de trabajo reconocidos formalmente como tales; y (b) que la vida social en su conjunto se ha convertido en nuestros días en el territorio preeminente y básico de producción de plusvalor. En este sentido, no sólo podemos decir que vivimos la hegemonía de una forma invisible de valorización, sino que se ha cumplido un importante ejercicio de prognosis de Marx (1997): “(...) *lo que aparece como el pilar fundamental de la producción y de la riqueza no es ni el trabajo inmediato ejecutado por el hombre ni el tiempo que éste trabaja, sino la apropiación de su propia fuerza productiva general, su comprensión de la naturaleza y su dominio de la misma gracias a su existencia como cuerpo social: en una palabra, el desarrollo del individuo social*”.

Por otro lado, tal y como hemos puesto de manifiesto en nuestro análisis de la cualidad profesional de los guionistas televisivos, cuando la vida en su conjunto se muestra tendencialmente como trabajo resulta pertinente la propuesta de una retribución del vivir en la forma de una *renta básica de ciudadanía* (Fumagalli, 1999; Raventós, 2001 y 2007; Van Parijs y Vanderborght, 2006) o de una *bio-renta* (Marazzi y Corsani, 2007; Corsani, 2007): un acceso a la moneda de carácter universal, incondicional e independiente de la prestación laboral formal

del individuo.³²¹ Como hemos apuntado en páginas anteriores, la base de esta propuesta es la constatación de un desplazamiento de la relación capital/trabajo hacia una relación de tipo capital/vida: una lógica de acumulación que coloca en el corazón de la valorización capitalista una productividad que se deriva del simple hecho de vivir (Corsani, 2007).

Filón 2: consumo y uso como producción

A lo largo de nuestra investigación hemos visto que la distancia establecida clásicamente entre producción y consumo se difumina. El universo mediático y televisivo pone de manifiesto que la circulación: (1) hibrida con la producción hasta confundirse con ella; y (2) constituye la base sobre la que la producción misma se realiza. El carácter productivo de los públicos y la naturaleza mercantil de las audiencias convierte a ambos en fuerza de trabajo: una mercancía que, además de tener valor, crea valor. Esto no solamente implica, como ya hemos apuntado, que el conjunto de la vida social ha devenido la localización espacio-temporal del trabajo, sino algo de mayor calado sociológico: la idea de que los sujetos que participan de la producción formalmente reconocida como tal y aquellos que participan de la circulación se despliegan por un *continuum* espacio temporal que los conecta en una misma condición productiva.

Como ya hemos avanzado en páginas anteriores, la propia noción de consumo queda en entredicho en un contexto determinado por la producción y circulación de bienes digitales e informacionales que no se destruyen con su disfrute. De hecho, consumir no se reduce a comprar o acabar un producto, implica adherirse a un universo estético y subjetivo mediante la participación invisible en la producción del mismo. En este sentido, los contenidos culturales y mediáticos se muestran como mercancías cuyo contenido posee un carácter informacional e inmaterial: la serie de televisión, por ejemplo, es una mercancía semiótica que no

³²¹ Para una definición de “renta de ciudadanía” o “bio-renta” se puede consultar el inventario.

se agota en el acto de consumo, sino que se alarga creando el ambiente ideológico y cultural del consumidor. Como señala Zallo (2007), la funcionalidad de los productos culturales se relaciona con una implicación emocional y subjetiva por parte de los públicos. En el seno de esa implicación se producen efectos multiplicadores y sociales de orden cualitativo que, más allá de la experiencia de consumo, producen y reproducen el ecosistema cultural del público, activando elementos identitarios y de integración social.

La figura del *prosumidor* no sólo afecta necesariamente a las conceptualizaciones del consumo y del trabajo, sino que condiciona la materialidad de las relaciones de servicio. Nuestra labor investigadora ha puesto de manifiesto lo que algunos autores han venido destacando desde hace años: que el cliente siempre resulta un agente coproductor del servicio.³²² Podemos deducir esta idea no solamente del carácter activo de los públicos como clientes de los servicios televisivos mercantilizados, sino de la lógica que hemos observado en nuestro análisis de las relaciones de servicio entre empresas en el campo televisivo (*productoras-cadenas*), en las que en todo momento el cliente supervisa, interviene y controla el proceso de producción. Es precisamente la cualidad de las relaciones de servicio, abiertas a su materialización en escenarios de servicio público que no coloquen en su centro la forma mercancía, la que nos lleva en primera instancia a la necesidad de completar los análisis del *prosumidor* con la referencia a una figura que podríamos catalogar como *produsuario* (Bruns, 2007, 2008a y 2008b), un sujeto actante híbrido que combina recepción y producción en una esfera de actividad que no se rige por criterios comerciales o de beneficio económico. El *produso* es, precisamente, uno de los ingredientes fundamentales de las comunidades *fandom* y de una parte reseñable de los comportamientos de los públicos. Los espacios cooperación entre fans a menudo ponen en juego las cuatro características básicas del *produso* según Bruns (2008a): (1) participación abierta y evaluación comunitaria; (2) *heterarquía* fluida mediante meritocracias

³²² Gadrey, 1994; Borzeix, 2000; Falzon y Lapeyrière, 1998.

ad hoc;³²³ (3) artefactos palimpsésticos en un continuo proceso inacabado;³²⁴ y (4) propiedad común. Las comunidades fandom que subtitulan episodios de series de ficción televisiva y los comparten con el resto de usuarios de la red son un buen ejemplo del universo produsuario. Las redes P2P y la descarga de contenidos en Internet por parte de los públicos constituyen dos fenómenos de constitución generalizada del *prodotto*: liberan los bienes mediáticos y culturales de su condición mercantil y generan interacciones colaborativas y de compartición cuyo producto es de propiedad común.

En cualquier caso, cuando se observa un constante proceso de hibridación de producción y consumo, se hace necesaria una revisión crítica de las disciplinas y las propuestas analíticas que mantienen la distinción entre ambas esferas como punto de partida de sus análisis. En este sentido, parece evidente que tanto la sociología del consumo como la sociología del trabajo deberían revisar sus postulados básicos ante la redefinición productiva de la naturaleza del propio consumo y la condición de trabajo de muchos de los actos que constituyen actualmente la esfera de la circulación.

Filón 3: relaciones de servicio y produsuarios

A partir de la hipótesis anterior podemos considerar que la cuestión de los servicios no representa un problema de consumo, sino un asunto de productores. Esta idea nos pone sobre la pista de un desfase de encuadre entre la lógica que activa la práctica de las organizaciones de consumidores y la verdadera naturaleza productiva del consumo. Como se ha puesto de manifiesto a lo largo de nuestra investigación, la potencia de los públicos no puede ser aprehendida a

³²³ Según el blog *Ciberculturas*, La heterarquía rompe con el modelo de la jerarquía: no hay poder, todos los componentes son independientes. Se cambia el concepto de ordenar, por el de influir: nadie es amo, todos pueden influir en quien quieran, pero hay libertad de pensamiento. En vez de mando se habla de relación bidireccional, porque consiste en una interacción, y horizontal, porque no hay nadie arriba ni abajo. (<http://alturl.com/nn3cv>)

³²⁴ Según la Wikipedia, se llama palimpsesto al manuscrito que todavía conserva huellas de otra escritura anterior en la misma superficie, pero borrada expresamente para dar lugar a la que ahora existe. (<http://alturl.com/ymppv>)

partir de su capacidad para consumir, sino por su carácter eminentemente productivo.

Situar el vector de la práctica y del sentido de las organizaciones de consumidores en la asistencia para el ejercicio de una elección informada en el mercado o en una tarea de vigilancia volcada sobre la calidad de los bienes y los servicios, ignorando tanto los agenciamientos productivos de los que participan los consumidores, como la defensa de sus derechos en tanto que productores, implica que estas asociaciones pierdan eficacia y capacidad de acción real sobre el contexto que habitan. Al mismo tiempo, toda acción sindical en el seno de las industrias mediáticas y del sector televisivo que ignore la importancia de articular hilos de acción común y comunicación con los públicos en tanto que coproductores, estará limitando el alcance de sus actuaciones y rompiendo la posible unidad estratégica de los diferentes sujetos productivos que conforman el universo común en el que actúan.

Un agente importante de este manifiesto desajuste son las asociaciones de telespectadores, que en España se calcula que cuentan con unos cincuenta mil asociados y se agrupan en una federación que lleva por nombre ICMEDIA (Iniciativas para la Calidad de los Medios). Según la propia federación, la actividad de las asociaciones de telespectadores consiste en: “*ser un puente* entre los usuarios y los responsables de las cadenas y productoras de contenidos; *transmitir* las quejas, sugerencias, felicitaciones y opiniones del telespectador a los directivos de las cadenas, responsables de contenidos y profesionales de los diversos programas; *premiar* la calidad televisiva; *crear opinión* en la sociedad a favor de la demanda de una televisión de calidad; *exigir que se cumpla la ley* y, en su caso, que se cubran los vacíos legales existentes de cara al control de los operadores; *realizar estudios* y análisis de la programación televisiva, así como del uso que hacen los ciudadanos de los medios audiovisuales; *colaborar con las autoridades* públicas en el cumplimiento de sus responsabilidades sobre los operadores tanto públicos como privados; *contribuir al debate* abierto y plural en

torno al mundo audiovisual, así como ampliar su base de asociados, recaudar fondos y movilizar a la sociedad civil”.³²⁵

Dos son los problemas que presenta la lógica que rige y da sentido a este universo asociativo: (1) se parte de una concepción de los usos y los consumos televisivos como mera recepción; y (2), lo que es más importante, se vuelca toda la atención sobre la calidad de un servicio televisivo que viene definido únicamente por la cualidad de sus productos, dejando en una zona de sombra e invisibilidad las relaciones y las condiciones de producción que originan dichos productos. Desde este punto de vista, las asociaciones de telespectadores pueden premiar un programa por los valores éticos y de ciudadanía que representa, por ejemplo, mientras obvian las condiciones de trabajo, probablemente precarizadas y de una calidad ínfima, que afectan a los productores de ese mismo programa. Una racionalidad que contribuye notablemente a invisibilizar el trabajo y sus condiciones en los ciclos de producción televisiva.

Sin embargo, las condiciones de producción de las relaciones de servicio y nuestra cualidad de *produsuarios*, factores ignorados sistemáticamente por las asociaciones de televidentes y de consumidores, han emergido con un sentido eminentemente político, como una suerte de *biosindicalismo* ciudadano, en las mareas de diferentes colores que, al calor de la experiencia del 15-M y como reacción a las políticas de austeridad impuestas por las élites políticas y económicas, han surgido en nuestro país en los dos últimos años.³²⁶ Uno de los rasgos fundamentales de la *marea verde*, centrada en el ámbito educativo, y de la *marea blanca*, surgida en el espacio sanitario, ha sido la confluencia de profesionales de esos sectores con usuarios de ambos servicios. Dicha hibridación organizativa ha derivado, entre otras cosas, en formas de

³²⁵ Así figura literalmente en *Contraste*, la web del programa de educación audiovisual de las asociaciones de consumidores de medios audiovisuales de España: <http://taconline.net/col/es/page/index/quienes-somos>

³²⁶ Sobre las diferentes mareas existentes se puede ver: http://wiki.15m.cc/wiki/Lista_de_mareas. Sobre el concepto de *biosindicalismo* se puede consultar la entrada correspondiente en el inventario.

subjetivación y propuestas de acción colectiva protagonizadas de manera conjunta por profesionales y usuarios. El 9 de mayo de 2013, por ejemplo, la marea verde protagonizó la primera huelga en el ámbito educativo de nuestro país organizada por docentes, padres, madres y estudiantes.³²⁷ Se trata de una racionalidad y de una composición de movimiento en torno a los servicios públicos que no sólo connota un reconocimiento de las relaciones de servicio como fruto de una co-producción entre el dador y el usuario, sino que, construyendo políticamente la relación entre ambos agentes productores, saca la propia relación del servicio del ámbito de lo público para redefinirla en términos de lo común. Si al usuario del servicio público le asiste un derecho universal del que sólo opera como receptor pasivo, paciente en el caso sanitario, el *produsuuario* participa de la producción de un derecho común. Frente a lo universal, que existe en cada miembro de la especie de manera aislada, lo común es aquello que se da únicamente en la relación, en el “entre” que nos une y nos separa (Illuminati, 2009). De esta manera, el *produsuuario*, al contribuir activa y políticamente a la co-producción y co-gestión de la relación, redefine potencialmente el servicio público de salud como institución del común. Desde este punto de vista, las mareas pueden ser vistas no tanto como un movimiento de protesta, sino como una potencia de cualidad constituyente capaz de reconfigurar los servicios públicos a partir de una lógica participativa y de un impulso democratizador de la relación de servicio misma.

Filón 4: acumulación por privatización, producción por socialización

Como hemos visto al inicio de nuestro trabajo cuando hemos desplegado un mínimo análisis de la reestructuración neoliberal del campo televisivo en España y en el conjunto de los países de la Unión Europea, el proceso de liberalización del sector audiovisual supuso el desplazamiento del Estado desde su papel clásico de productor de contenidos hacia su cualidad actual principal de agente de regulación de un sector televisivo completamente mercantilizado. Dicha

³²⁷ Sobre esta huelga se puede ver: <http://alturl.com/oetjx> y <http://alturl.com/3gr2i>

reestructuración, por tanto, implicó una redefinición del servicio público televisivo que lo orientó definitivamente hacia el negocio.

En este sentido, las consecuencias de la liberalización del sector televisivo ponen de manifiesto la tendencia del capitalismo a descentrar cada vez más sus núcleos de poder de las estructuras de producción de bienes y servicios materiales, hacia las estructuras productoras de signos, subjetividad y sentido, sobre todo en el campo de la comunicación mediática. Desde este punto de vista, la vieja distinción de Marx (2001) entre una *infraestructura*, como base económica estructural de la sociedad, y una *superestructura* ideológica erigida sobre ella, no parece ajustarse adecuadamente a las pautas propias del actual modelo de acumulación capitalista. Como señala Guattari (1996), hoy se hace difícil sostener que las semióticas económicas y las que participan de la producción de bienes materiales ocupan una posición infraestructural con relación a las semióticas ideológicas: el objeto del modelo de desarrollo capitalista imperante es un conjunto inseparable productivo-económico-subjetivo. La evolución del sector televisivo y las industrias culturales en su conjunto ponen de manifiesto que la producción de subjetividad no constituye el soporte ideológico para la reproducción del modo de producción, sino el objeto fundamental del mismo: las industrias culturales y mediáticas subrayan hasta qué punto la producción de subjetividad se ha mercantilizado hasta convertirse en espacio de valorización y de negocio.

En ese contexto de mercantilización, la liberalización del sector televisivo ha generado un proceso intenso de irrupción de la empresa privada en la producción y emisión de contenidos televisivos: en las últimas décadas se han multiplicado las cadenas privadas de televisión, sobre todo con el desarrollo del sistema de televisión digital terrestre (TDT). Desde este punto de vista, podemos decir que hemos asistido a un movimiento generalizado de privatización del flujo televisivo. Sin embargo, tal y como hemos visto al analizar el ciclo concreto de la fabricación de contenidos seriales de ficción televisiva, la reestructuración de los

procesos productivos en el campo de la televisión se ha caracterizado por una dinámica de intensa socialización de la producción. De esta manera, asistimos a un choque importante entre el carácter imperante de lo privado en los servicios televisivos y la naturaleza eminentemente socializada y pública de la producción. Varios problemas se plantean en este sentido: ¿Cómo hacer compatibles una política de privatización cada vez más acuciante y un proceso de socialización de la producción cada vez más general? ¿Cómo legitimar estas tendencias opuestas? Se trata, sin lugar a dudas, de una temática crucial e imprescindible para todo futuro proyecto de investigación sobre el ámbito audiovisual y el sector televisivo en nuestro país.

5. Inventario de palabras, categorías, conceptos y cuestiones

*Desinventar objetos. El peine, por ejemplo.
Dar al peine funciones de no peinar. Hasta que
Quede dispuesto a ser una begonia. O
Una aguja de pino seca.
Usar algunas palabras que todavía no tengan idioma.*

Manoel de Barros

*Esto es también lo que dice Nietzsche cuando afirma que las
palabras han sido inventadas siempre por las clases
superiores; ellas no indican un significado: imponen una
interpretación.*

Michel Foucault

Actores, actrices, estrellas

Graham Murdock (1988) distingue entre un sector primario de la producción cultural, en el que la creación artística aparece dominada por una lógica mercantil y de producción de beneficio económico, de un sector secundario que estaría volcado sobre la independencia del creador y movido únicamente por el impulso creativo de éste. Según Murdock, la ficción televisiva se encuadra en el sector primario de la producción cultural, como parte del negocio del entretenimiento. Dicho sector activa una racionalidad que concede centralidad comunicativa a los actores y las actrices, fabricando lo que se conoce como “estrellas de la pantalla” y girando en torno a la producción de un hilo afectivo de las audiencias con ellas. Una lógica de ese tipo implica que la tarea principal de los guionistas es la de proveer el material, los marcos de acción y los escenarios que permitan a los actores y las actrices mostrar sus talentos con mayor facilidad. “Cuando la televisión fue introducida a mediados de los cincuenta, las principales divisiones ideológicas e institucionales en el interior de las industrias culturales estaban ya firmemente establecidas y la producción dramática televisiva se tuvo que acomodar a ellas. En la búsqueda de grandes audiencias, los programas populares y las series se adueñaron de la orientación hacia el autor propia de Hollywood y de la industria del entretenimiento. (...) La forma de presentación de su conjunto invitaba explícitamente a los telespectadores a identificarse con los personajes protagonistas y a involucrarse con sus dilemas semana tras semana” (Murdock, 1988). La expresión italiana “portare alle stelle” parece estar en el origen del término “estrella” aplicado al mundo del espectáculo. La frase italiana formaba parte del vocabulario del mundo de la ópera en el siglo XVII, sirviendo para verbalizar el gesto de celebración de la cualidad excepcional de una interpretación operística para un público (Leveratto, 2006). Curiosamente, en sus primeros orígenes los intérpretes cinematográficos se escudaban en el anonimato y huían de cualquier tipo de reconocimiento público, fundamentalmente porque el carácter mudo de las primeras películas las asimilaba a la pantomima y los actores y actrices temían arruinar su reputación participando en ellas, al mismo tiempo que los productores

bloqueaban la posible fama de los intérpretes para impedir que alcanzaran mayor prestigio y poder de negociación de cara a conseguir mejores contratos y emolumentos por su trabajo. La industria cinematográfica de Hollywood invirtió esta tendencia inicial y vulgarizó el uso del término “estrella” como procedimiento publicitario asociado a la promoción de sus más populares actores y actrices a partir de la década de los años veinte del pasado siglo. De manera muy aguda, Edgar Morin (1962) ha apuntado al carácter industrial de la producción cinematográfica como el verdadero motivo de la constitución en Hollywood de un “star system”, cuya lógica se generalizó rápidamente al conjunto de las industrias culturales y del entretenimiento. Como veremos más adelante, la industrialización de la actividad artística bascula sobre una paradoja relevante: exige de los bienes y servicios que fabrica que tengan un carácter único y, al mismo tiempo, estandarizado. Según Morin, el modelo de la estrella cinematográfica es la síntesis más eficaz y perfecta de originalidad y estandarización, de ahí que opere como borne fundamental de los ejercicios de marketing y de la relación de la industria con los públicos. “Es la razón por la que el cine, que intenta permanentemente la síntesis entre lo estándar y la originalidad, busca a la vedette, que une el arquetipo y el ideal: la vedette es el mejor anti-riesgo de la cultura industrial” (Morin, 1962). Pese a que el propio Murdock señale que la lógica de la “estrella” fideliza al público con el producto mediante una operación de identificación con el personaje que el actor o la actriz interpretan, la potencia del “dispositivo estrella” radica en el propio intérprete y su vida privada, más allá de los personajes a los que éste da vida en la pantalla. La relevancia social y mediática de la producción industrial de subjetividad e información denominada “rosa” o “del corazón” es una buena prueba de ello. Se trata de una lógica plenamente biopolítica (Foucault, 2004) la que está detrás del “star system” del cine, la televisión y el mundo del espectáculo en general: el actor se transforma en personaje de un relato serial constituido por su propia vida, incluyendo la exploración y socialización de los aspectos más íntimos de su existencia. La representación desborda el estricto marco de la pantalla para permear la totalidad de la vida de la “estrella” y el conjunto del devenir del

cuerpo viviente del actor o la actriz, que sujeta su cotidianidad a una interpretación de su existencia marcada por los imperativos comunicativos y publicitarios de la industria cultural en la que se emplea. Muy pronto la industria de Hollywood se dio cuenta de este giro estratégico determinante en la constitución de la sustancia de la “star”: pese a que importantes revistas como *Motion Pictures Story Magazine* o *Photoplay* nacieron a comienzos del siglo XX como publicaciones focalizadas en las historias y los personajes que fabricaba la industria a través de sus películas, a partir de la segunda década del siglo comenzaron a orientar su punto de atención hacia los actores, las actrices y sus vidas privadas.

Agenciamiento

Por agenciamiento entendemos una instancia de co-funcionamiento de géneros heterogéneos que no implica una convergencia unívoca o una equivalencia absoluta. No se trata de un proceso de homogeneización o de filiación, sino de una relación entre géneros que mantienen su diferencia, como en el caso de un contagio o de una aleación (Deleuze y Parnet, 1977). Tal y como apuntan Deleuze y Guattari (1975), el agenciamiento comporta dos segmentos, uno de contenido y otro de expresión. En este sentido, el trabajo asalariado parasubordinado de los guionistas televisivos manifiesta un segmento de contenido propio del trabajo “independiente” y un segmento de expresión interno a la relación laboral clásica y al contrato de trabajo, mientras que el trabajo autónomo de carácter parasubordinado hace depender su contenido de una práctica organizativa concreta con trazos de la subordinación propia de la relación laboral tradicional, expresándose a través de la forma jurídica y las pautas características del estatuto de las actividades “independientes”. Los procesos de agenciamiento son consustanciales a toda situación de cambio y transformación: expresan un efecto de novedad frente a un transfondo de constricciones normativas (Ema, 2004).

Asociaciones de guionistas

Existen diferentes asociaciones de guionistas de ámbito autonómico: ALMA (Autores Literarios de Medios Audiovisuales); GAC (Guionistes Associats de Catalunya); EHGPE, (Euskal Herriko Gidoigileen Elkarte Profesionala); AGAG (Asociación Galega de Guionistas) y EVA (Escriptors Valencians de l'Audiovisual). Todas ellas se agrupan en el Foro de Asociaciones de Guionistas de España (FAGA).

Autores Literarios de Medios Audiovisuales (ALMA) es una organización profesional que se define como sindicato de guionistas de cine y televisión, de ficción, de no ficción y de programas, asociados con el fin de conseguir que a los escritores audiovisuales españoles se les reconozca la importancia que merecen en su industria. Fundada en 1989, la organización tiene su sede en Madrid y cuenta con algo más de 300 afiliados. Sus reivindicaciones incluyen unos precios dignos para los guiones, un convenio colectivo adecuado a la profesión, la consecución de un reconocimiento lógico de los derechos de autor y lograr que los guionistas participen en los foros donde se deciden los marcos jurídicos y normativos que afectan al cine y a la televisión. Según su propia definición, “ALMA está formada por guionistas unidos por una causa común: conseguir que a los guionistas se les reconozca la importancia que merecen en la industria audiovisual”, lo que se concreta en “(...) la reivindicación de unos precios dignos por los guiones. Tener un convenio colectivo adecuado a nuestra profesión. Conseguir los derechos de autor que nos pertenecen de forma lógica. Lograr que los guionistas estén en los foros donde se deciden las leyes que afectan al cine y a la televisión”.

(<http://www.sindicatoalma.es/>)

Autopoiesis

El concepto de autopoiesis es obra de los biólogos Humberto Maturana y Francisco Varela, quienes lo activaron para designar la condición de existencia de los seres vivos como sistemas cerrados en una permanente dinámica de

producción de sí mismos (Varela y Maturana, 1973). Desde su punto de vista, los seres vivos no sólo poseen un carácter autónomo, sino que la naturaleza de su autonomía es de orden autorreferencial. Luhmann ha exportado el concepto de autopoiesis al análisis de los sistemas sociales (Luhmann, 1997), en un movimiento teórico poco afortunado desde el punto de vista del propio Maturana: “Si lo que hace a un ser vivo es ser un sistema autopoietico molecular, lo que hace al sistema social no puede de ninguna manera ser lo mismo, en tanto el sistema social surge como sistema distinto del sistema vivo al surgir en la distinción como sistema social, aún cuando su realización implique el vivir de los seres vivos que le dan origen” (Maturana, 1997). En la misma línea que Maturana, Jesús Ibáñez apunta que el sistema social es siempre un sistema abierto, con límites interiores (entre partes del sistema –lucha de clases-) y exteriores (entre sistema y ecosistema) (Ibáñez, 1985). Desde su punto de vista, los procesos capitalistas de subjetivación y las formas de dominación a ellos asociadas descansan sobre la socialización de la falsa premisa de que la sociedad es un sistema informacionalmente abierto, pero organizacionalmente cerrado. Sin embargo, “el sistema social es un sistema abierto: abierto a la búsqueda de nuevos fines y abierto a la transformación de sus estructuras” (Ibáñez, 1997).

Autovalorización

Marx analizó la valorización capitalista como el mecanismo mediante el cual el capital convierte el proceso de trabajo en proceso de producción de plusvalor: “Si el proceso [de trabajo] no es llevado más allá del punto en el que el valor pagado por el capitalista por la fuerza de trabajo es reemplazado por un equivalente exacto del mismo, se trata simplemente de un proceso de creación de valor; pero si el proceso continúa más allá de ese punto, se convierte en un proceso de valorización” (Marx, 1984). Desde este punto de vista, el plustrabajo y el valor que éste crea son los elementos que definen el proceso de valorización. No obstante, el término valorización también puede referirse de manera más general a la entera estructura social de valor que se fundamenta en la producción y

extracción de plusvalor. En contraste, el concepto de autovalorización es concebido como una estructura social de valor de carácter alternativo que se funda no en la producción de plusvalor, sino en las necesidades y los deseos colectivos de los trabajadores (Marx, 1997). Igualmente, la autovalorización es también concebida desde un punto de vista filosófico como el proceso social que constituye una subjetividad alternativa, autónoma y colectiva dentro y contra la relación de capital (Negri, 2001).

Biblia

La Real Academia de la Lengua Española define biblia como “Sagrada Escritura” y como “obra que reúne los conocimientos o ideas relativos a una materia y que es considerada por sus seguidores modelo ideal” (Real Academia de la Lengua Española, 2001). La biblia de una serie de ficción televisiva es un documento de trabajo que recoge de manera sistematizada toda la información referente a la serie.

Dentro de la lógica general de economización de actividades que ha acompañado la liberalización del sector audiovisual en España, las cadenas de televisión y las empresas productoras de contenidos insisten frecuentemente en la brevedad de este tipo de documentos, por lo que es común que se distinga específicamente un documento de venta de la biblia propiamente dicha, que consiste en un documento más extenso y desarrollado que se redacta por encargo del cliente una vez que éste ha mostrado su interés por el producto en cuestión. En este sentido, los elementos básicos de un documento de venta de un proyecto de serie de televisión incluyen el nombre de la serie y su porqué, el tipo de género y de formato, el sentido y la pertinencia comercial, comparaciones con otro tipo de productos semejantes ya existentes en el mercado, una breve sinopsis, una justificación de su originalidad, su duración y una propuesta de franja horaria para su emisión, así como una mínima descripción de los personajes y de los decorados (Primera Versión S.C., 2008). Por su parte, una biblia suele incluir la especificación del propósito de la serie, el tono de la misma, su estructura, un

desarrollo mayor de los personajes y de las necesidades técnicas, un análisis del universo estético de la serie, un desarrollo argumental por capítulos, así como una propuesta inicial de casting de actores y actrices (Primera Versión S.C., 2009). Generalmente, la biblia se suele acompañar del guión completo de un capítulo piloto de la serie. La separación gradual de la información en dos documentos diferenciados sigue una lógica táctica que persigue la ampliación del margen de negocio: mientras que el breve documento de venta opera como reclamo de cara al cliente y sirve para dar el pistoletazo de salida a la relación comercial, la elaboración de la biblia se realiza ya bajo relación contractual y remuneración según el precio estipulado tanto para la biblia y las sinopsis por capítulo que requiera el cliente, como para la primera versión de guión del capítulo piloto de la serie en proyecto.

Bioeconomía

La transformación de las relaciones industriales en relaciones económicas que tienen como objeto fundamental de intercambio, acumulación y valorización las facultades vitales de los seres humanos es el origen de la *bioeconomía*, entendida como concepto paralelo al de *biopolítica* (Foucault, 2004) en el campo de las ciencias económicas. Si *biopolítica* significa la acción sistemática de la dimensión política para disciplinar, de manera directa o indirecta, la vida y la salud de las poblaciones, *bioeconomía* nombra la capacidad de la acumulación capitalista para dominar la vida de los seres humanos mediante el desarrollo y la difusión de formas de control social que inducen la valorización económica de la vida en su conjunto. Más específicamente, la acumulación bioeconómica hace referencia al intento de sujetar a las razones de la explotación las capacidades vitales de los seres humanos. Uno de los conceptos básicos de la bioeconomía es el de *capitalismo cognitivo*, que parte del presupuesto de que el despliegue de la valorización de las capacidades cognitivas y relacionales de las personas representa la clave de comprensión de las actuales formas capitalistas de producción. Cuando la valorización capitalista recubre integralmente el conjunto

de nuestras capacidades genéricas y la totalidad espacio-temporal de nuestra sociabilidad, el trabajo coloniza el conjunto de nuestra existencia: la producción deviene *bioproducción*.

Biopoder

El concepto de *biopoder* fue propuesto por Michel Foucault como una tecnología de poder, inseparable del desarrollo de las relaciones sociales capitalistas, cuyo objetivo literal es el ejercicio del poder sobre los cuerpos: “una explosión de numerosas y diversas técnicas para la consecución de la subyugación de los cuerpos y el control de las poblaciones” (Foucault, 2005). El biopoder constituye una diferencia de dinámica y de lógica en relación a los modos tradicionales de ejercicio del poder basados en la amenaza de muerte por parte del soberano: el biopoder se centra, por el contrario, en la regulación de la vida. “Podría decirse que el viejo derecho de *hacer* morir o *dejar* vivir fue reemplazado por el poder de hacer *vivir* o de *rechazar* hacia la muerte. (...) Ahora es en la vida y a lo largo de su desarrollo donde el poder establece su fuerza; la muerte es su límite, el momento que no puede apresar; (...) un poder cuya más alta función no es ya matar sino invadir la vida enteramente. (...) obtener la sujeción de los cuerpos y el control de las poblaciones” (Foucault, 2005). El concepto de biopoder constituye uno de los materiales centrales de la ruptura de Foucault con las concepciones negativas del poder, que lo conciben como un fenómeno meramente represivo, poniendo de manifiesto el carácter abiertamente productivo y performativo del mismo. Se trata de una categoría que está estrechamente ligada al intento de Foucault de reproblematicación compleja de los análisis del poder. En contraposición a la consolidada tradición institucional-jurídica, según la cual el poder se presentaría como una suerte de realidad sustancial que se posee, Foucault propone una aproximación relacional que procede a través de una inversión, al mismo tiempo, de escala y de sentido: el poder no es una entidad acumulable, sino que adquiere realidad solamente en el acto de su ejercicio, en la pluralidad de las relaciones de fuerza diseminadas por

la sociedad. Desde este punto de vista, la clave del biopoder no se encuentra sobre el plano de la soberanía, de la ley, de la autoridad, sino al nivel molecular de una “microfísica del poder” (Foucault, 1993) que se distribuye por la pluralidad de relaciones de fuerza que recorren todas las relaciones caracterizadas por cualquier forma de asimetría. Desde este punto de vista, “el biopoder es una forma de poder que regula lo social desde dentro, persiguiéndolo, interpretándolo, absorbiéndolo y rearticulándolo. El poder puede imponer un mando efectivo sobre la vida entera de las poblaciones solamente en el momento en el que deviene una función vital e integral que cada individuo encarna y reactiva voluntariamente. Como escribe Foucault: hoy la vida se ha convertido en un objeto del poder” (Hardt y Negri, 2000). Para profundizar en la temática del biopoder se puede consultar: Foucault (2004), Rabinow (1999), Rabinow y Rose (2006), Lazzarato (2000), Virno (2002), Hardt y Negri (2000 y 2004), Latour (2000).

Biosindicalismo

El concepto de *biosindicalismo* ha sido acuñado por los movimientos de precarios europeos para dar cuenta de la necesidad de una práctica crítica de superación de las instancias y las pautas sindicales tradicionales, tratando de articular una propuesta de mutación y salto en la lógica sindical acorde con las cualidades biopolíticas y bioeconómicas que caracterizan los escenarios biproductivos actuales. El colectivo feminista *Precarias a la deriva* lo define de la siguiente manera: “El biosindicalismo no tiene nada que ver con el bifidus. Más bien intenta nombrar una serie de experimentaciones prácticas y cotidianas recientes que se están dando en el terreno de la precariedad, de manera provisional, provocadora, extremadamente pragmática. Biosindicalismo es una contracción de vida y sindicalismo, donde la vida arrastra hacia sí esa tradición de lucha que ha sido el sindicalismo y la despoja de sus elementos más corporativos y economicistas. Pero, ¿por qué meter la vida de por medio?:

1) Porque la vida es productiva. No somos de las que decimos que «la vida se ha

puesto a producir». Siempre produjo: cooperación, territorios afectivos, mundos... pero ahora produce también beneficio. La axiomática capitalista la ha subsumido.

2) Porque la precariedad no se puede entender sólo desde lo laboral, desde las condiciones de trabajo concretas de tal o cual individuo. Resulta mucho más rico y esclarecedor entenderla como tendencia generalizada a la precarización de la vida que afecta a la sociedad en su conjunto.

Y 3) porque lo laboral ha dejado de ser un lugar organizador de la identidad (individual y colectiva), un lugar de encuentro y agregación espontánea y un lugar que nutra la utopía de un mundo mejor.”³²⁸

Andrea Fumagalli (2007) apunta por su parte: “En el capitalismo cognitivo la acción sindical no puede ser más que biosindical, condición para que la multitud se transforme en enjambre, partiendo de sí, de las propias diferencias, de los propios deseos, en otras palabras, de la propia vida para reivindicar la autonomía, la sustracción y el éxodo de las actuales formas de expropiación”.

Sobre biosindicalismo se puede ver igualmente: Ingrassia, 2005.

Capital cultural, habitus, capital subcultural

El *capital cultural* puede definirse como el conjunto de patrimonio cultural y de competencias adquiridas por las personas a través no sólo de la escolarización, sino también mediante la relación y transmisión familiar, los intereses personales, los círculos de amigos, el trabajo, el activismo político, el acceso a los medios de comunicación y al consumo de bienes y servicios culturales, etc.

El capital cultural puede existir bajo tres formas: en el *estado incorporado*, es decir, bajo la forma de disposiciones duraderas del organismo; en el *estado objetivado*, bajo la forma de bienes culturales, cuadros, libros, diccionarios, instrumentos, maquinaria, los cuales son la huella o la realización de problemáticas, teorías o críticas a dichas teorías; y, finalmente, en el *estado*

³²⁸ <http://alturl.com/zfqoj>

institucionalizado, como forma de objetivación a través de la titulación escolar (Bourdieu, 1979b).

Mientras el capital escolar se objetiva en un título y posee tiempos reconocibles y espacios delimitados de formación, el capital cultural está sujeto a una acumulación ubicua y no genérica, diseminándose de manera desterritorializada a lo largo del recorrido existencial de la persona. En este sentido, el capital cultural se compone de: bienes culturales, títulos escolares y *habitus*, entendido como sistemas generadores determinados estructuralmente por las condiciones de existencia del individuo. Parafraseando a Jacques Rivière, Bourdieu caracteriza el *habitus* como el “centro de la actividad mental” del individuo, operando como una estructura estructurante, que organiza las prácticas y la percepción de las mismas, y como una estructura estructurada: el principio de división en clases lógicas que organiza la percepción del mundo social es a su vez producto de la incorporación de la división de clases sociales (Bourdieu, 1994).

La concepción multidimensional del fenómeno supone que el capital que establece la posición de un determinado sujeto en los diferentes campos sociales no puede reducirse únicamente a la dimensión económica: junto al capital económico existe un capital social, entendido como patrimonio de relaciones sociales, un capital político, un capital escolar, un capital cultural, etc. Pese a que Bourdieu constata que la cultura comparte muchas de las propiedades características del capital económico, entendiendo que los hábitos y las disposiciones culturales constituyen un recurso capaz de generar beneficios (Lareau y Weininger, 2003), el contexto sistemático en el que desarrolla su concepto de capital cultural carece de una aproximación al giro cognitivo que caracteriza la producción de riqueza en nuestros días, así como de una óptica bioeconómica capaz de dar cuenta de la centralidad directamente económica que poseen las facultades vitales y las constelaciones de capital cultural acumuladas en las personas y las poblaciones. Si bien es cierto que en Bourdieu se encuentra una importante vía multidimensional para el análisis del capital, su propuesta carece de una aproximación a las dinámicas actuales de valorización y apropiación capitalista del capital cultural, concibiéndolo más como

condensación ideológica que como fuerza directamente productiva. La rigidez de la propuesta de Bourdieu, ligada a una concepción de la práctica cultural que distingue y jerarquiza entre prácticas cultivadas (cultas) y prácticas populares, estas últimas de carácter heterodeterminado y únicamente reproductoras de lo existente, incapacita el análisis para: a) la comprensión de la actual centralidad productiva de una inteligencia colectiva altamente socializada, así como de la masiva implicación de los saberes y las competencias culturales y comunicativas no sólo en los puntos altos de la dirección y de las profesiones liberales, sino en el cuerpo mismo de la producción en serie, tal y como la producción serial de contenidos televisivos pone de manifiesto; y b) la comprensión de la naturaleza innovadora y creativa de los públicos sujetos a un consumo de bienes y servicios culturales de carácter “popular”, según la terminología del propio Bourdieu, que no se deja encerrar en una cualidad pasiva o meramente reproductiva. En este sentido, Grignon y Passeron (1989) han subrayado los límites de las nociones de *habitus* y de *reproducción social*, apuntando que la concepción de las prácticas populares como prácticas culturales menores o inconsistentes conduce inevitablemente a un miserabilismo y un elitismo en los análisis. La densa creatividad social de los públicos televidentes y su cualidad directamente productiva en los ciclos de fabricación de contenidos de ficción televisiva, tal y como pondremos de manifiesto más adelante, resulta inaccesible para una óptica analítica que se proyecte desde el estricto marco teórico del *habitus* y el carácter exclusivamente imitativo y pasivo que le confiere a los públicos, incapaz de aprehender la contra-imitación y la no-imitación (Lazzarato, 2002), comportamientos creativos cada vez más frecuentes entre los públicos televisivos y las comunidades de fans. Nos detendremos a analizar en profundidad el carácter productivo y creativo de los públicos en un apartado dedicado al asunto.

El desarrollo de una dinámica de formación continua a lo largo de toda la vida no solamente multiplica la inversión de tiempo necesario para la acumulación de capital cultural, también incrementa la inversión de dinero en formación por parte de los trabajadores. En el caso de los escritores de contenidos para

televisión la inversión monetaria cobra centralidad, en primer lugar, por el carácter privado y no subvencionado de la práctica totalidad de la oferta formativa especializada y, en segundo lugar, por la importancia de los consumos culturales en las dinámicas de capacitación y actualización continua de la fuerza de trabajo en los ciclos de fabricación de ficción televisiva, con un consumo permanente de formatos y contenidos seriales por parte de los guionistas, amén de literatura, cine, etc. Es precisamente este segundo punto, la relevancia de los consumos culturales, el que entra en fricción con la primacía de las dinámicas formales de aprendizaje y, por tanto, del estado institucionalizado del capital cultural, implícita en la propuesta teórica y analítica de Bourdieu, quién no sólo subestima el peso de las dinámicas informales de adquisición de conocimientos y saberes, sino que infravalora la relevancia de los conocimientos situados y de la autodidaxia: “Al emplear la expresión *esencialmente contradictoria* de autodidaxia legítima, se querría indicar la diferencia de naturaleza que separa la ‘cultura libre’, altamente valorada, del poseedor de titulaciones académicas y la cultura libre ilegítima del autodidacta (...) La cultura libre ilegítima, tanto si se trata de los conocimientos acumulados por el autodidacta o de la ‘experiencia’ adquirida en la práctica y mediante la práctica, pero fuera del control de la institución específicamente encargada de inculcar esos conocimientos y sancionar oficialmente su adquisición (...) no tienen otro valor que el de la medida estricta de su eficacia técnica, sin ningún valor social añadido” (Bourdieu, 1998). La realidad de los guionistas de televisión se separa notablemente de este modelo de concepción de la legitimidad de las competencias. En primer lugar, la autodidaxia está generalizada entre los escritores audiovisuales y goza de una evidente valoración, teniendo un peso mayor en la formación específica para el ejercicio de la actividad profesional que los estudios reglados: el 40,5% de los guionistas se declara autodidacta en nuestro país. En segundo lugar, los conocimientos y saberes provenientes de los consumos culturales no solamente tienen una eficacia técnica en el desarrollo de la actividad profesional, además poseen un valor social añadido: aquellos escritores de televisión con un acervo mayor de referentes y conocimientos sobre

el mundo cultural de la ficción televisiva gozan de mayor prestigio y valoración, tanto por parte de sus colegas, como por parte de los públicos con los que entran en contacto a través de los blogs y los foros de Internet. En este sentido, estar al día de las novedades y el desarrollo de la ficción televisiva global y local, además de estar informado acerca de directores, guionistas, actores y actrices, formatos y proyectos pretéritos, presentes y futuros, ser fan de series o conocer filmografías, constituyen al guionista, contribuyendo a su prestigio y su suerte profesional. Desde este punto de vista, y lejos de la hegemonía atribuida por Bourdieu a las titulaciones académicas, esta suerte de *capital subcultural* acumulado por el escritor televisivo juega un papel determinante en su desarrollo profesional y su reconocimiento social.

Por *capital subcultural* (Thornton, 1996) entendemos el conjunto de competencias, aptitudes y sensibilidades adquiridas mediante consumos y usos culturales y mediáticos que determinan el lugar que su portador ocupa en una determinada subcultura, en este caso el ecosistema de la ficción televisiva. Un tipo de capital que no está constituido por un simple conjunto de nociones, sino por la operatividad de criterios de juicio que permiten distinguir los trazos de autenticidad y de dominio del guionista sobre su medio. Un capital, al mismo tiempo, expuesto al riesgo permanente de una rápida desvaloración debido al continuo movimiento y cambio de las tendencias en la ficción televisiva y que, por ello, requiere de un permanente y continuo trabajo de actualización por parte del guionista. Por otro lado y más allá del caso concreto de los escritores televisivos, un capital que lejos de agotarse en nichos culturales concretos o en el campo de la cultura *underground*, atraviesa cada vez más el mundo del trabajo cognitivo en su conjunto: el capital subcultural constituye un elemento decisivo para el acceso a los sectores más innovadores de los circuitos productivos conectados con la comunicación y la producción de imaginarios (Guareschi, 2001), como es el caso de la ficción televisiva.

Capital-dinero

Marx distingue el dinero considerado como dinero del dinero considerado como capital: “La forma directa de la circulación de mercancías es M-D-M, o sea, transformación de la mercancía en dinero y de éste nuevamente en mercancía: vender para comprar. Pero, al lado de esta forma, nos encontramos con otra, específicamente distinta de ella, con la forma D-M-D, o sea, transformación del dinero en mercancía y de ésta nuevamente en dinero: comprar para vender. El dinero que gira con arreglo a esta forma de circulación es el que se transforma en capital, llega a ser capital y lo es ya por su destino” (Marx, 1984). Su análisis del dinero como capital implica la idea de que el dinero se transforma en capital cuando su uso se orienta a la compra de factores de producción y, por lo tanto, que el dinero como capital y el dinero como dinero se diferencian por la cualidad de las mercancías que compra cada uno: “La economía convencional sólo capta el dinero como medio de cambio, y el dinero que funciona como capital igualmente lo capta como medio de cambio. Y es cierto que el dinero que circula como capital funciona como medio de cambio. La diferencia no estriba, por lo tanto, en la función que desempeña en el mercado, sino en la clase de mercancías que se compra con él. El dinero como simple dinero se emplea como medio de cambio de medios de consumo personal, mientras que el dinero como capital se emplea como medio de cambio de medios de producción y de fuerza de trabajo” (Aching Guzmán, 2006). Marx introduce una cita esclarecedora al respecto: “El medio de circulación empleado para fines productivos es el capital (MacLeod, *The Theory and Practice of Banking*, London, 1855, vol. I, cap. I [p.55])” (Marx, 1984). Desde este punto de vista, la renta del trabajador del guión posee tanto una cualidad como la otra, es decir, opera como medio de cambio para la adquisición de bienes y servicios de consumo y, al mismo tiempo, funciona como capital que es invertido en la compra de factores de producción, incluida su propia reproducción como fuerza de trabajo. Lo verdaderamente significativo en el caso de los escritores audiovisuales es que ambas cualidades del dinero se hacen indistinguibles e inseparables.

Capital fijo y capital variable

Marx propone en los *Grundrisse* una distinción entre *material de trabajo*, *medios de trabajo* y *trabajo vivo*, elementos cuya unidad dinámica constituye el *proceso de trabajo* y cuya unidad estática constituye el *producto* del mismo. Siguiendo su razonamiento, Marx denomina *capital fijo* (*capital fixe*) a los medios de producción o medios de trabajo, distinguiéndolo del *capital circulante*, con el que designa la materia prima y el producto. En su análisis, lo que caracteriza al capital fijo es que solamente es empleado en el proceso de producción como medio, como agente para la transformación de la materia prima en producto, constituyendo su valor de uso en operar únicamente como condición tecnológica para el efectuarse del proceso (Marx, 1997). En *El Capital*, sin embargo, Marx complejiza notablemente su análisis en este sentido, desarrollando la distinción entre *capital constante* y *capital variable* (Marx, 1984), así como entre *capital fijo* y *capital circulante* (Marx, 1976). La categoría de *capital constante* designa la parte del capital que comprende los medios de producción, cuyo valor no cambia de magnitud en el proceso de producción. Marx apunta que algunas partes del *capital constante* van transfiriendo su valor a la nueva mercancía a medida que los medios de producción se van desgastando en el proceso de trabajo. Los edificios, las instalaciones y las máquinas, por ejemplo, participan en la producción en diferentes ciclos de la misma y a lo largo del tiempo, transfiriendo su valor al producto por partes, en el transcurso de varios períodos de producción, a medida que se van desgastando. A esta parte del *capital constante* Marx la denomina *capital fijo*. El *capital circulante*, por el contrario, es la parte del capital productivo cuyo valor se transfiere totalmente a la mercancía que se origina del proceso productivo. Al *capital circulante* pertenece la parte del capital desembolsado invertido en la compra de materias primas, combustibles, materiales auxiliares y fuerza de trabajo. Mientras que las materias primas se transforman en un nuevo valor de uso e integran materialmente el nuevo producto fabricado, transfiriendo su valor por completo al valor de ese producto, la fuerza de trabajo no transfiere su valor, sino que crea nuevo valor. Marx denomina *capital variable* a la parte del capital que el empresario invierte

en la compra de esa fuerza de trabajo, encarnada en el trabajador, que produce con su trabajo tanto el producto que fabrica, como ese nuevo valor que crea. Marx relaciona directamente la diferencia entre el *capital constante* y el *capital variable* con ese carácter dual del trabajo: *trabajo concreto* como fabricación de valor de uso encarnado en el producto y *trabajo abstracto* como producción de valor. Con su actividad laboral concreta el trabajador transfiere al nuevo producto el valor de los medios de producción consumidos en el proceso productivo, mientras que con su trabajo abstracto crea un nuevo valor que contiene el equivalente del valor de su fuerza de trabajo y el excedente de valor del que el capitalista se apropia (plusvalor) (Борисов, Жамин и Макарова, 1972). Del razonamiento de Marx se concluye que el *capital fijo* está compuesto por los edificios, las instalaciones y las máquinas, y que en ningún caso incluye la fuerza de trabajo, que es concebida como *capital variable*.

Capital social

El capital social es un conjunto de recursos para la acción que emanan del tejido de relaciones sociales en el que las persona está inscrita. Pierre Bourdieu deriva ese tejido de relaciones sociales que compone el capital social de la posición que ocupa el individuo en la *estructura social*:

“(...) el conjunto de las relaciones sociales del que dispone (y que puede movilizar) un agente o un grupo del que él forma parte; estas relaciones son al mismo tiempo conexiones sociales y obligaciones sociales, tanto de comportarse de un cierto modo como de intercambiarse determinadas cosas, generalmente inherentes a la ocupación de una posición compartida o relacionada en la estructura social” (Bourdieu, 1980).

Arnaldo Bagnasco, sin embargo, complejiza ese punto de partida, derivando el concepto de capital social de la *organización social* como categoría diferenciada a la de estructura:

“(...) Organización social. Este viejo término no es ya casi usado

en sociología. (...) más que de organización hoy se habla de estructura social (...) Si bien a menudo se usan con un significado semejante, estructura y organización no son términos sinónimos. (...) la estructura, como ya hemos dicho, es un dato que se impone a los individuos, más que resultar el producto de éstos” (Bagnasco, 2003)

De ahí que Bagnasco proponga un marco analítico del capital social que ponga el acento en una idea diferente a la de estructura:

“El acento aquí es puesto por lo tanto sobre los actores sociales y sus acciones y el objeto fundamental del análisis organizativo deviene la cooperación de actores interdependientes, más allá de que estos se orienten de manera divergente y posean intereses diferenciados que sean el motor de sus estrategias, dando vida a conflictos, acuerdos, intercambios. (...) Organización social es ante todo el funcionamiento continuo de trenzado de tejido social que ponen en juego las personas, con la interacción continua en familias, redes de relaciones, relaciones de conocimiento o amistad, asociaciones voluntarias, al mismo tiempo producto y contexto de la interacción” (Bagnasco, 2003).

Janet Jacobs (1961), quizá la primera en utilizar el concepto de capital social en el sentido en el que lo usamos nosotros y lo usa Bagnasco, lo vincula directamente con la categoría de cooperación al estudiar la formación de redes sociales en las grandes ciudades, analizando concretamente el fuerte impacto que el cierre del pequeño comercio tradicional tiene en la constitución de dinámicas de cooperación social en los barrios. La idea de cooperación en relación a la categoría de capital social subyace también en el análisis de Putnam, Leonardi y Nanetti (1993) sobre la cuestión. Ellos definen el concepto de capital social como “ese conjunto de características de la organización social, como la confianza, la solidaridad, la tolerancia, los hábitos, las normas de reciprocidad y las redes de actividad cívica que pueden aumentar la eficiencia de la sociedad facilitando la coordinación de las acciones individuales y la acción colectiva”. Tal y como

apuntan Serageldin y Grootaert (1999) en esta definición está implícita la relación entre el capital social y la existencia de redes sociales horizontales de cooperación a las que se asocian normas de comportamiento y que funcionan como infraestructura de dicho capital.

Capitalismo Mundial Integrado (CMI)

Félix Guattari denominó Capitalismo Mundial Integrado al resultado de un proceso de integración transnacional a un nivel mundial de las relaciones económicas internacionales y de su subordinación a un proyecto de control policéntrico y rigurosamente planificado (Guattari y Negri, 1996). Se trata de una figura de dominio que recoge y exaspera la unidad del mercado mundial sometiendo a instrumentos de planificación productiva, de control monetario, de intervención política, con características casi estatales. Esta reestructuración del poder fue el resultado de la recuperación de la acumulación productiva capitalista y/o socialista de los años setenta del pasado siglo. La integración de lo político y de lo económico, del Estado y del Capital, fueron totales en la configuración de un proceso caracterizado por: 1) una integración transnacional; y 2) una reestructuración que tuvo como objetivo el modo de producción y el conjunto de los componentes de la fuerza de trabajo colectiva que se remiten al mismo.

En el campo de la integración transnacional, el Capitalismo Mundial integró de forma simultánea tanto a países metropolitanos directamente dependientes como al conjunto de los países del antiguo socialismo real, disponiendo además de instrumentos para absorber la economía de numerosos países del denominado como “Tercer Mundo”. Tal y como apunta Guattari, la autoridad estatal y los Estados nacionales se vieron sometidos a una verdadera y efectiva desterritorialización, puesto que el CMI no se limitó a recomponer, según nuevas formas de unificación, el flujo y las jerarquías de los poderes estatales en su acepción tradicional, sino que produjo funciones estatales suplementarias que se expresan de modo específico a través de una red de organizaciones

internacionales: una estrategia planetaria de los mass-media, un control riguroso del mercado, de las tecnologías, etc.

En el ámbito de la reestructuración del modo de producción, el CMI instrumentalizó los procesos de informatización de lo social, lo que ha permitido un ejercicio de la explotación articulado científicamente sobre toda la escena de las relaciones sociales, así como controlar los mecanismos de formación del beneficio en su más amplia articulación. En un escenario de este tipo, la sociedad no se halla ya únicamente subsumida bajo el dominio del capital, sino que se encuentra totalmente absorbida por el modo de producción integrado.

Guattari enfatiza que, como siempre ha sucedido en la historia del capital, la renovación de las formas de dominio por parte del CMI se ha producido al mismo tiempo que la redefinición de las formas de extracción del plusvalor (informatización de los procesos de trabajo, difusión del control social a través de los mass-media, integración subjetiva, etc.). Al mismo tiempo, y como siempre ha ocurrido en la historia de la explotación de las luchas obreras, este salto adelante de la organización del trabajo y del Estado fue “anticipado” por los movimientos de la lucha de clases.

Para un análisis más profundo del concepto de Capitalismo Mundial Integrado se puede consultar: Guattari, 2004.

Carácter dual del trabajo cognitivo

Como ya hemos visto, Marx relaciona directamente la diferencia entre el capital constante y el capital variable con un carácter dual del trabajo: *trabajo concreto* como fabricación de valor de uso encarnado en el producto y *trabajo abstracto* como producción de valor. Sin embargo, Fumagalli (2007) mantiene que esta distinción entre la dimensión abstracta y la dimensión concreta del trabajo cognitivo carece de sentido en nuestros días: “ (...) la separación entre trabajo abstracto y trabajo concreto no es tan neta como en el capitalismo industrial-fordista. Hoy eso que Marx denominaba el trabajo concreto, el trabajo que produce valores de uso, puede ser rebautizado como *trabajo creativo*. Dicho

término permite aprehender mejor el aporte cerebral que está implícito en la actividad, mientras que el término ‘trabajo concreto’, aunque resulta conceptualmente sinónimo, envía más a la idea del ‘hacer’ que del ‘pensar’, con una referencia más marcada al trabajo artesanal en sí y para sí. (...) en el ámbito de la actividad laboral cognitiva se puede pasar indiferentemente del trabajo abstracto al trabajo creativo-concreto, con resultados tanto de valorización del valor de cambio como de producción de valor de uso”. El caso de los guionistas implicados en la fabricación de contenidos de ficción para televisión cuestiona notablemente este punto de vista, puesto que la diferenciación entre esfera concreta y esfera abstracta del trabajo se pone de manifiesto en el hecho de que la independencia formal que implica el estatuto de trabajador autónomo sólo resulta operativa en el ámbito de la organización de la actividad concreta, no en la capacidad para alterar la función del trabajo como actividad de mediación social, es decir, para intervenir en la esfera abstracta del mismo. Por lo tanto, dimensión abstracta y dimensión concreta del trabajo, aún constituyendo esferas de una misma actividad, aparecen netamente separadas. Los guionistas de televisión continúan habitando un ecosistema social determinado estructuralmente por la forma mercancía, siendo trabajadores cognitivos que fabrican contenidos de ficción televisiva que poseen un carácter mercantil. Tal y como indica Postone (1993), en dicho ecosistema social las objetivaciones del trabajo propio son medios por los que se adquieren los bienes que otros producen: se trabaja con el fin de obtener otros productos. El guión que elabora el escritor de televisión le sirve a otros (actores, director, productor, etc.) como un valor de uso, al tiempo que al guionista le resulta un medio para adquirir productos del trabajo de otros. Esa es la razón por la que el objeto de su trabajo, el guión que ha fabricado, es una mercancía: es simultáneamente un valor de uso para el otro y un medio de intercambio para el guionista. Es precisamente esta condición mercantil del producto de su actividad la que implica que su trabajo tenga una función dual: por un lado, se trata de un tipo particular de trabajo que produce bienes particulares para otros y, por otro lado, el trabajo, independientemente de su contenido específico, le sirve al productor como medio

por el cual adquiere los productos de los demás. “El trabajo, en otras palabras, se convierte en un modo peculiar de adquirir bienes en una sociedad determinada por la mercancía: la especificidad del trabajo del productor se *abstrae* de los productos que se adquieren con su trabajo. No existe relación intrínseca entre la naturaleza específica del trabajo gastado y la naturaleza específica del producto que se adquiere por medio de ese trabajo” (Postone, 1993). Tal y como pone de manifiesto el carácter absolutamente formal y limitado de la independencia implícita en la fórmula de trabajo por cuenta propia de los guionistas, las modificaciones que se operan en el orden concreto de la actividad se muestran incapaces de intervenir y cortocircuitar en el orden abstracto del trabajo. En este sentido, John Holloway se equivoca al señalar que “la verdadera amenaza al capital no viene del trabajo abstracto, sino del trabajo útil o hacer creativo, puesto que es el hacer creativo el que se opone radicalmente al capital, es decir, a la propia abstracción” (Holloway, 2006). Mientras el hacer creativo y su producto tengan una naturaleza mercantil, el trabajo tendrá un carácter dual y su carácter abstracto constituirá el límite y el principio de realidad al que se sujetará su dimensión útil. Incidir en el contenido del trabajo útil no afecta en ningún caso a la función del trabajo como obligada actividad de mediación social y, por tanto, como forma de dominación.

Centros y ciclos de estudio de la escritura audiovisual

No existe una fuente formalizada de registro e información sobre centros y ciclos de estudio en materia de escritura audiovisual para televisión en nuestro país. Sin embargo, en 2004 apareció la primera guía sobre formación en materia cinematográfica, que ofrece un mapa detallado de los centros y programas educativos focalizados en el cine: la *Guía dónde estudiar cine en España* (Débora Castro, 2004). Pese a que la información que ofrece únicamente se refiere al mundo cinematográfico, es posible acceder a través de ella a datos relativos a los centros de estudio que ofrecen cursos sobre escritura televisiva. La guía posee un índice alfabético de escuelas y un índice de su distribución por

Comunidades Autónomas que ayudan en la tarea. Según la guía, la Comunidad de Madrid cuenta con diecisiete centros de estudio de cinematografía, dieciséis de ellos de carácter privado y solamente uno de carácter público, la Escuela de Cinematografía y del Audiovisual de la Comunidad de Madrid (ECAM). De todos los centros reseñados, únicamente ocho ofrecen formación directa en materia de escritura para televisión. No obstante, la guía no recoge los centros universitarios que desarrollan estudios en la especialidad de Comunicación Audiovisual en la Comunidad de Madrid: ocho universidades, de las cuales solamente tres son públicas. La guía tampoco recoge información sobre talleres y cursos focalizados en el guión televisivo que ofertan diferentes instituciones, como por ejemplo la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE).

Ciclo corto de la producción/Ciclo largo de la producción

Distinguimos entre un *ciclo corto* de producción de contenidos de ficción televisiva y un *ciclo largo*. El primero hace referencia al proceso de producción formalmente reconocido y organizado como tal. El segundo incluye un cúmulo de factores y de procesos de carácter invisible que poseen una condición eminentemente socializada que desborda los estrechos marcos de la producción formalmente reconocida como tal. En este sentido, el ciclo largo de producción de una serie de ficción televisiva incluye por ejemplo la actividad productiva de recepción de los públicos y el conjunto de tiempos, espacios y actividades de los guionistas que, pese a tener un alto valor productivo, no son reconocidos formalmente como parte del proceso productivo. De igual manera, las tareas asociadas al marketing, el merchandising o el desarrollo de entornos comunicativos en Internet para el producto, entrarían dentro de este ciclo largo de producción.

Clase creativa

Richard Florida define su “Clase creativa” como una “clase económica”: “la función económica de sus integrantes es la que conforma y apuntala sus

elecciones sociales, culturales y sobre su estilo de vida. (...) Mi definición de clase enfatiza la manera en la que la gente se organiza dentro de grupos sociales e identidades comunes basadas principalmente en su función social” (Florida, 2002). La base de la propuesta de Florida es una concepción funcionalista de la sociedad en la que las cualidades profesionales de los individuos con trabajos de corte creativo, así como las supuestas inclinaciones éticas y las hipotéticas formas de vida que se derivarían directamente de ellas, impulsan un desarrollo social armonioso. Hacer depender el fundamento de una clase social de la cualidad y las características de las tareas concretas que sus miembros desempeñan en la sociedad, y no de la posición de éstos en la estructura de las relaciones sociales propia de la sociedad en la que viven, resulta inevitablemente problemático desde el punto de vista sociológico. Andrés Bilbao dejó para la posteridad un texto, a nuestro juicio imprescindible, en el que abordó de manera sintética el concepto de clase social, dando cuenta, entre otras cosas, de la base argumental de las concepciones funcionalistas de las clases sociales (Bilbao, 1991). Según Bilbao, la perspectiva funcionalista concibe el orden social como el orden de los individuos armonizados entre sí en el que la política es conceptualizada como un conjunto de reglas técnicas destinadas a la administración de las relaciones contractuales entre individuos libres y autónomos que estarían en la base del propio orden social. De esta manera, las relaciones sociales no se interpretan como un producto político, sino que emanan de la propia economía: son el resultado de las leyes del mercado, en cuyo cumplimiento los individuos configuran una comunidad democrática. La diferencia entre grupos sociales únicamente se explica desde la subjetividad de los individuos: es el producto del mayor o menor aprovechamiento, por parte de los individuos, de las “oportunidades de mercado”. A partir de esta premisa, las explicaciones sobre la existencia de las desigualdades sociales se naturalizan: unos individuos se esfuerzan más que otros o poseen facultades genéricas y capacidades que les posibilitan la obtención de mejores posiciones en la jerarquía social. Desde este punto de vista, añade Bilbao, la diferencia no es producto de una forma particular de organización político-social, sino un producto universal

de la universal naturaleza humana. El concepto de “Clase creativa” propuesto por Florida se reconoce plenamente en este marco analítico: la clase social se deriva directamente de la posición funcional que el individuo ocupa en la economía y del buen empleo de una cualidad universal que forma parte de la propia naturaleza humana: la creatividad. La concepción de Florida de la creatividad como una facultad genérica de los seres humanos, desconectada de toda historicidad y evacuada de las relaciones sociales de producción, así como de las lógicas, las formas y las condiciones de su “puesta a trabajar” en las actuales dinámicas productivas y en los regímenes laborales de nuestros días, resulta evidentemente problemática desde el punto de vista sociológico. En cierto sentido, Florida opera una suerte de idealización del término que prescinde por completo de las tensiones y los conflictos continuos que acompañan al ejercicio de la creatividad en los actuales marcos laborales, así como de la precariedad que atraviesa las condiciones de gran parte del trabajo de corte creativo en nuestros días. Como veremos más adelante, el caso de los escritores de ficción televisiva es un buen ejemplo de ello. No sólo habitan una tensión y una frustración constante por el gobierno y el control de la creatividad que impone la lógica que preside sus escenarios laborales, sino que son sujetos de un notable cúmulo de malestares y de una permanente inestabilidad existencial que se deriva directamente tanto de las condiciones de trabajo propias de los ciclos de fabricación de contenidos para televisión, como de los precarizados mercados de trabajo por los que transitan. Florida, sin embargo, llega a definir los mercados laborales de los que participan los trabajadores creativos como “horizontales” (Florida, 2002), tornando factores como la elevada empleabilidad, la inestabilidad de la relación laboral y la asunción por parte del trabajador de los costes de la reproducción de su propia fuerza de trabajo, en elementos dinámicos y positivos en un nuevo campo profesional de oportunidades. Los órdenes armoniosos que observa Florida están, por el contrario, plagados de conflictos, malestares y problemas. El hecho de que la creatividad no sólo sea un elemento infinito y abundante, sino que esté incorporado en el cerebro y en la existencia del trabajador, la convierte precisamente en un auténtico campo de batalla para el

capital: éste solamente puede tratar de reconducir su excedencia dentro de los límites de la propiedad a través de la producción artificial de escasez (Wark, 2004; Gorz, 2003) y únicamente puede tratar de gobernar su condición de base material para la autonomía del trabajador imponiéndole a éste un régimen de precariedad. Como constataremos más adelante, en el caso de los guionistas de televisión existe una fuerte tensión entre el exceso creativo que encarna el trabajador y el intento patronal por su gobierno, su apropiación y su captura. Años luz de la concepción aproblemática de la creatividad que postula Florida. Para una crítica interesante de los planteamientos de Florida se puede consultar Peck (2005); De Nicola, Vecchi y Roggero (2007); y Pasquinelli (2009).

En concreto, Peck (2005) ha puesto de manifiesto el inexistente carácter crítico con las políticas urbanas neoliberales de los razonamientos y las propuestas de Florida. Peck señala cómo las estrategias de reconfiguración de los espacios urbanos desatadas a partir de los planteamientos asociados a la categoría de “Clase Creativa” apenas alteran las políticas urbanas dominantes, marcadas por una fuerte competitividad interurbana, el marketing de ciudades, un desarrollo definido por el mercado y una desigualdad socio-espacial normalizada. Según Peck, las líneas estratégicas que orientan el desarrollo urbano contemporáneo y con las que conecta plenamente el marco analítico de Florida, prolongan y recodifican tendencias bien instaladas en la política urbana neoliberal, recubriéndolas de manera atractiva con la implementación de políticas culturales y con una terminología asociada al desarrollo de la creatividad y de las actividades artísticas. Desde este punto de vista, la creatividad obtiene el estatuto de nuevo imperativo urbano para definir nuevos espacios, validar nuevas estrategias, posicionar nuevos sujetos e instaurar apuestas renovadas para la competitividad entre ciudades. Algunas investigaciones han comenzado a poner de manifiesto la negativa influencia que están teniendo los postulados de Florida en la reconfiguración de algunas ciudades estadounidenses. Para el caso de la ciudad de Austin (Texas), se puede consultar Long (2009 y 2010). En 2007 nació el colectivo *Creative Class Struggle*, un espacio de reflexión e intervención social que rebate los planteamientos de Florida y combate las políticas urbanas

asociadas a sus propuestas analíticas en la ciudad de Toronto. Su sitio web cuenta con una interesante bibliografía crítica sobre los planteamientos de Florida: <http://alturl.com/9nco8>

Competencias

La competencia es una construcción social (Stroobants, 1991), no es principalmente ni un conjunto de saberes-hacer o una manera diferente de hablar de la cualificación profesional: “Aunque se refiera a un corpus de saberes, consiste en un modo de evaluación social, que determina la posibilidad de acceder o no al trabajo industrial, y en la manera en la que el asalariado se podrá inscribir en el seno de la relación salarial, en términos del modo de determinación del salario, de la carrera profesional, de su relación con la jerarquía y con un colectivo de trabajo dado e, igualmente, en relación al sistema técnico” (Zarifian, 1993). El propio Zarifian (1999) matiza el papel de fulcro de las situaciones concretas de trabajo en el modelo de la competencia: “La aparición del modelo de la competencia no representa un cambio que parta directamente del contenido del trabajo o de las modificaciones en el contenido de las actividades. (...) El modelo de la competencia nace de un cambio profundo en las organizaciones del trabajo y en las relaciones sociales en el seno de las empresas. Tiene efectos importantes sobre los contenidos profesionales, pero estos efectos son indirectos”. En este sentido, distingue entre la competencia en singular, que expresa el cambio en las organizaciones y las relaciones sociales, y las competencias en plural, que se refieren a las modificaciones en los contenidos profesionales.

Comodificación

El concepto de *comodificación* es un anglicismo que tiene su origen en la palabra *commodification*. Por comodificación se entiende en sentido amplio la

conversión en mercancía (*commodity*, en lengua inglesa) de un bien común o de una relación. En última instancia, la comodificación implica procesos de transformación de las relaciones sociales en relaciones de intercambio mercantil. En *El Manifiesto Comunista*, Marx y Engels (1970) hacen referencia con tal categoría a toda conversión a “cruel pago en efectivo” (“callous cash payment”). Marx también suele usar el concepto de *commodification* en su descripción de la conversión del proceso laboral concreto en trabajo abstracto. Es interesante observar a este respecto que en el caso de los guionistas televisivos dicho proceso de abstracción se extiende al conjunto de la existencia del trabajador, puesto que el proceso laboral concreto implica el conjunto de la vida del escritor. Al mismo tiempo, conviene señalar que todo proceso de comodificación implica un proceso de conversión de las relaciones en objetos, es decir, la puesta en juego de mecanismos de segregación de dichas relaciones de los contextos físicos y socioculturales en los que se generan. En última instancia, la categoría de comodificación da cuenta de dinámicas de capitalización y transformación de bienes comunes (*commons*) (Helfrich, 2008) en bienes privados o públicos (privados en manos del Estado).

Composición técnica / Composición política

Tomamos prestadas de Negri (2003, 2004 y 2007) las categorías de *composición técnica* y *composición política* del trabajo. Por composición técnica entendemos la naturaleza de la materialidad y de las infraestructuras productivas concretas que, junto a su formas de regulación, componen el trabajo en un momento histórico y social determinado. Desde este punto de vista, la composición técnica del trabajo hace referencia tanto a sus características en cuanto actividad, como a las determinaciones que lo configuran en tanto que relación social. Por composición política del trabajo entendemos la configuración de formas de subjetivación y de organización del trabajo vivo que se relacionan directamente con una determinada composición técnica del mismo. “Vale la pena, pues, recuperar la vieja distinción entre composición técnica y composición política del

trabajo, y recordar cómo ambas se relacionaban. Por ejemplo, entre finales del siglo XIX y comienzos del XX, en cuanto a la composición técnica, los obreros profesionales conocían perfectamente no sólo las características de su trabajo, sino también el ciclo de producción de la fábrica; y en cuanto a la composición política estaban los consejos obreros y, después, el sovietismo, es decir, la pretensión por parte obrera de asumir la guía, la dirección del ciclo productivo. Luego apareció el obrero masa, a partir de la gran crisis de la década de 1930, y la composición técnica se convirtió en el obrero subordinado a la organización taylorista del trabajo, alienado en la fábrica, incapaz de reconocer la complejidad del ciclo de producción; y la composición política se centró en las luchas sociales por el salario y la gestión del Bienestar, como clave para la redistribución social de la renta, y primera reapropiación de lo ‘común’ productivo. Hoy estamos frente a una nueva composición técnica del trabajo: inmaterial y de servicio, cognitivo y cooperativo, autónomo y autovalorizante. Composición política: éste no encuentra representación política y la izquierda queda fuera de juego. (...) Ejerce ahora una autoridad que ya no tiene nada que ver con el análisis del trabajo, esto es, con su composición técnica” (Negri, 2007).

Constitución material / Constitución formal

La distinción entre *constitución material* y *constitución formal* es utilizada por Negri (1977 y 2006b) para diferenciar la figura formal constituida por los ordenamientos jurídicos y normativos, así como por las medidas legislativas, y la materialidad de las relaciones sociales y de los conflictos implícitos en ellas. Para Negri existe una disonancia entre ambas esferas que es constitutiva de las sociedades modernas. Aunque referida al campo del derecho constitucional y de la filosofía del estado, hemos traído tal distinción a nuestro análisis para aplicar su sentido al ámbito de las relaciones laborales: sirve para nombrar la distancia problemática entre la realidad material del trabajo y el carácter formal de los ordenamientos jurídicos y de los marcos normativos que lo determinan. El caso de los contratos que regulan la prestación laboral de los guionistas televisivos

pone de manifiesto dicha distancia disonante.

Control por modulación

La acción de modular supone que el ejercicio del poder ya no opera como fuerza motriz de la que parte la energía y su organización, sino como intervención en el curso de una onda preexistente y automotriz. La modulación no implica tanto disciplinar, como controlar. Hay una relación directa entre ejercicio de modulación y expansión del trabajo más allá de sus tradicionales lugares físicos de encierro, su flexibilización y el desarrollo de la forma empresa: “Foucault analizó muy bien el proyecto ideal de los lugares de encierro, particularmente visible en la fábrica: concentrar, repartir en el espacio, ordenar en el tiempo, componer en el espacio-tiempo una fuerza productiva cuyo efecto debe ser superior a la suma de las fuerzas elementales. Pero lo que Foucault también sabía era la brevedad del modelo (...) Los encierros son *moldes*, módulos distintos, pero los controles son *modulaciones*, como un molde autodeformante que cambiaría continuamente, de un momento al otro, o como un tamiz cuya malla cambiaría de un punto al otro. Esto se ve bien en la cuestión de los salarios: la fábrica era un cuerpo que llevaba a sus fuerzas interiores a un punto de equilibrio: lo más alto posible para la producción, lo más bajo posible para los salarios; pero, en una sociedad de control, la empresa ha reemplazado a la fábrica, y la empresa es un alma, un gas. Sin duda la fábrica ya conocía el sistema de primas, pero la empresa se esfuerza más profundamente por imponer una modulación de cada salario, en estados de perpetua metastabilidad que pasan por desafíos, concursos y coloquios extremadamente cómicos. Si los juegos televisados más idiotas tienen tanto éxito es porque expresan adecuadamente la situación de empresa. La fábrica constituía a los individuos en cuerpos, por la doble ventaja del patrón que vigilaba a cada elemento en la masa, y de los sindicatos que movilizaban una masa de resistencia; pero la empresa no cesa de introducir una rivalidad inexplicable como sana emulación, excelente motivación que opone a los individuos entre ellos y atraviesa a cada uno, dividiéndolo en sí

mismo. El principio modular del ‘salario al mérito’ no ha dejado de tentar a la propia educación nacional: en efecto, así como la empresa reemplaza a la fábrica, la *formación permanente* tiende a reemplazar a la *escuela*, y la evaluación continua al examen. Lo cual constituye el medio más seguro para librar la escuela a la empresa” (Deleuze, 1990).

Convenio de Berna

El *Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas*, más conocido como el *Convenio de Berna*, es un tratado internacional sobre la protección de los derechos de autor sobre obras literarias y artísticas. Su primer texto fue firmado el 9 de septiembre de 1886, en Berna (Suiza). Ha sido completado y revisado en varias ocasiones, siendo enmendado por última vez el 28 de septiembre de 1979. A junio de 2009, 164 estados habían suscrito partes de dicho convenio, cuyo contenido se apoya en tres principios básicos y recoge una serie de disposiciones que determinan la protección mínima de obras literarias y artísticas que se concede al autor, además de las disposiciones especiales disponibles para los países en desarrollo que tuvieran interés en aplicarlos. Los tres principios básicos son los siguientes: a) Las obras originadas en alguno de los estados contratantes podrán recibir en cada uno de los demás estados contratantes la misma protección que estos otorgan a las obras de sus propios ciudadanos; b) Esa protección no debe estar condicionada al cumplimiento de formalidad alguna; c) Esa protección es independiente de la existencia de una protección correspondiente en el país de origen de la obra. Sin embargo, si un estado contratante provee un plazo más largo que el mínimo prescrito por la convención, y la obra deja de estar protegida en el país de origen, la protección le puede ser negada una vez que cese la protección en el país de origen. En cuanto a las obras que se encuentran bajo el paraguas del Convenio de Berna, la protección debe incluir todas las producciones en el dominio literario, científico y de artes plásticas, cualquiera que pueda ser su modalidad o forma de expresión (artículo 2(1)). Los siguientes derechos figuran entre los que deben ser

reconocidos como derechos exclusivos de autorización: los derechos de traducir, de hacer adaptaciones y arreglos de la obra; de interpretar en público obras dramáticas, dramático-musicales y musicales; de recitar en público obras literarias; de comunicar al público la interpretación de esos trabajos; de difundirlos; de reproducirlos en cualquier modalidad o forma; de usar las obras como base para un trabajo audiovisual; y de reproducir, distribuir, interpretar en público o comunicar al público esa obra audiovisual (<http://alturl.com/nmcfb>)

Coordinador de guiones

Se trata del escritor responsable de la gestión y organización de un equipo de guionistas. Además de las tareas de supervisión de guiones y contenidos, así como de dirección del equipo de trabajo, es el interlocutor de los escritores con otros actores de la cadena productiva de un contenido serial de ficción televisiva, como el equipo de casting, los directores y realizadores, los actores y las actrices, la cadena que emite la serie o la producción ejecutiva de la misma. Como apunta Bologna (2006) para el conjunto de los cuadros directivos de las empresas actuales, los coordinadores de guiones no funcionan propiamente como mediadores y, aunque deben trabajar en grupo, las cadenas y las empresas productoras los hacen responsables individuales directos de la consecución o no de la tarea asignada. Desde este punto de vista, son la figura sobre la que recae el peso de la ejecución, sometida a una evaluación continua, aplastada entre la dirección, la cual asigna objetivos que hay que alcanzar, y el estrato ejecutivo, quien debe realizar el producto en su concreción. En este sentido, como ocurre con los cuadros en general, la empresa no protege al coordinador de guiones, por el contrario, constituye un sujeto permanentemente bajo examen, sometido a un estrés cada vez mayor y a una frustración cada vez más acentuada. Al mismo tiempo, lejos de la concepción tradicional del cuadro empresarial, el coordinador de guiones no sólo no tiene garantizado su puesto de trabajo, sino que se encuentra entre los primeros a la hora de sufrir las consecuencias de una reestructuración empresarial. El coordinador de guiones de la serie *Hospital*

Central da buena cuenta de las circunstancias asociadas a su figura laboral: “(...) pues mucha frustración y mucho estrés... Demasiado estrés, a veces creo que no voy a poder más, estoy histérico todo el día y me dan ganas de madarlo todo a hacer puñetas” [ENTREVISTA 4]. Desde este punto de vista, el coordinador de guiones suele ser el protagonista de una caída tendencial de la tasa de motivación profesional, tal y como apunta Dupuy (2005) que ocurre con el conjunto de los cuadros y figuras directivas de gran parte de las empresas actuales.

Culpa de la deuda

Nietzsche liga directamente deuda y culpa en el segundo tratado de su *Genealogía de la Moral* (Nietzsche, 1996), dándole a la categoría de deuda tanto un sentido financiero, como moral. Dicha analogía se deriva en primera instancia de la preocupación de Nietzsche por la genealogía y la etimología de los conceptos: en alemán, su lengua materna, deuda y culpa se dicen de la misma manera: “schuld”. No obstante, el carácter sinónimo de la deuda y la culpa no tiene para Nietzsche un sentido meramente terminológico, sino que implica una equivalencia conceptual que se expresa en la vinculación estrecha de la relación entre perjuicio (culpabilidad) y dolor (castigo) con la relación entre acreedor y deudor: “¿De dónde ha sacado su fuerza esta idea antiquísima, profundamente arraigada y tal vez ya imposible de extirpar, la idea de una equivalencia entre perjuicio y dolor? Yo ya lo he adivinado: de la relación contractual entre acreedor y deudor, que es tan antigua como la existencia de ‘sujetos de derechos’ y que, por su parte, remite a las formas básicas de compra, venta, cambio, comercio y tráfico.” (Nietzsche, 1996). El efecto de poder implícito en el dispositivo deuda es absolutamente claro para Nietzsche, así como su proyección temporal y su penetración en la existencia del individuo: “El deudor, para infundir confianza en su promesa de restitución, para dar una garantía de la seriedad y la santidad de su promesa, para imponer dentro de sí a su conciencia la restitución como un deber, como una obligación, empeña al acreedor, en virtud de un contrato, y para el caso de que no pague, otra cosa que

todavía ‘posee’, otra cosa sobre la que todavía tiene poder, por ejemplo su cuerpo, o su mujer, o su libertad, o también su vida o, bajo determinados presupuestos religiosos, incluso su bienaventuranza, la salvación de su alma, y, en última instancia, hasta la paz en el sepulcro; así ocurría en Egipto, donde ni siquiera en el sepulcro encontraba el cadáver del deudor reposo ante el acreedor (...)” (Nietzsche, 1996).

Derecho de autor

En España se conoce como *Ley de la Propiedad Intelectual* a lo que los ordenamientos jurídicos denominan derecho de autor. La vigente Ley de Propiedad Intelectual (LPI) data del 11 de noviembre de 1987. Tras algunas reformas y la aprobación de varias leyes especiales, en 1996 se llevó a cabo, mediante el Real Decreto Legislativo 1/1996, una refundición que fue objeto de modificaciones posteriores por la Ley 5/1998 y las Leyes 19 y 23/2006. (http://es.wikipedia.org/wiki/Derecho_de_autor). La Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) es la entidad que mayoritariamente gestiona los derechos de autor en nuestro país. Según el estudio de la Fundación Autor y ALMA, el 89% de los guionistas pertenece a la SGAE, mientras que un 11% gestiona los derechos derivados de su actividad profesional a través de Derechos de Autor de Medios Audiovisuales (DAMA), una entidad de gestión de derechos de propiedad intelectual especializada en obras audiovisuales y cinematográficas. Los guionistas de ficción televisiva asociados a la SGAE reciben dos pagos anuales de carácter semestral, correspondientes a los derechos de comunicación (emisión) de los episodios de la serie que escriben en cuya elaboración han participado. Los escritores audiovisuales adscritos a DAMA, por el contrario, reciben sus emolumentos en pagos trimestrales. El cobro de derechos de autor por la emisión y comunicación de su trabajo se acompañó en nuestro país hasta 2011 de los ingresos que los profesionales del guión obtenían del denominado “canon por copia privada” o remuneración compensatoria por copia privada, una tasa aplicada a diversos medios de grabación y cuya recaudación recibían los

autores, editores, productores y artistas, asociados a alguna entidad privada de gestión de derechos de autor, en compensación por las copias que se hacían de sus trabajos en el ámbito privado. Dicha tasa se incorporó por primera vez en la legislación española en la Ley 22/1987 de Propiedad Intelectual, que introdujo el derecho a realizar copias privadas. En el artículo 25 del texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual española (Real Decreto Legislativo 1/1996) se reguló la pretensión compensatoria resultante de una afectación del derecho patrimonial de autores, editores, artistas, productores audiovisuales y fonográficos, cuando el comprador realiza copias para uso privado. La Ley obligaba a ejercitar el cobro a través de las entidades de gestión colectiva (SGAE, AIE y AGEDI). Por ello se le denominaba un "derecho de remuneración de gestión colectiva forzosa". La AIE (Sociedad de Artistas Intérpretes o Ejecutantes de España) es una sociedad de gestión de derechos de autor que representa a artistas desde 1989. AGEDI (Asociación de Gestión de Derechos Intelectuales-Derechos de Propiedad Intelectual) es una asociación constituida por los productores fonográficos españoles para gestionar de forma colectiva el derecho de comunicación pública y el de reproducción para dicha comunicación pública, de sus fonogramas y videos musicales. Según la Wikipedia, buena cantidad de ciudadanos se pronunció en contra del canon digital, lo que se puso de manifiesto con iniciativas como la recolección de 3 millones de firmas contrarias. Además, los consumidores y usuarios protagonizaron distintas campañas de oposición, sobre todo en Internet. Su punto de vista era que el canon resultaba arbitrario, al no llevar el control de qué obras eran realmente utilizadas al repartir el dinero entre los autores y propietarios de las mismas. Según los estatutos de la SGAE, el reparto se realiza de forma proporcional a la «importancia» del autor. Otras entidades de gestión adoptan criterios diferentes (difusión, audiencia, etc.). Obviamente, el canon se cobra también a quien usa cintas, CD o DVD para grabar su propia música, datos personales o material que no pertenezca a socios de la SGAE u otras entidades de gestión, por lo que muchos usuarios han tildado el canon como una práctica de hurto. Los detractores del canon han insistido con frecuencia en que éste vulnera la presunción de inocencia, garantizada en la

Constitución Española, ya que presume que toda persona que adquiriera un soporte grabable virgen lo utilizará para copiar material registrado. (<http://alturl.com/vpaqy>)

Desartistización/Artistización

Adorno y Horkheimer (1974) son considerados los padres fundamentales de la crítica a los fenómenos artísticos masivos, que ellos definen como “industria cultural” para subrayar el aspecto mecánico y automatizado de los mismos, insistiendo en su carácter opositivo a un arte auténtico que no puede ser más que autónomo y ajeno a cualquier sentido de utilidad. Adorno (1964) propone el concepto de “desartistización” (*Entkunstung*) para nombrar un proceso dialéctico por el que el arte pierde progresivamente sus cualidades y rasgos tradicionales como resultado de su colonización por parte de la industria cultural, es decir, de su conversión en objeto de consumo y de la búsqueda de una utilidad del mismo por parte del consumidor. Como apunta Maigret (2003), el problema de esta concepción es que reposa sobre presupuestos románticos, abusivamente melancólicos, que indicarían la supuesta existencia de un mundo auténtico, repleto de sentido, ontológico, para el que todo lo demás no sería más que declive y pérdida de valores. Al mismo tiempo, Maigret señala que la ausencia de una atención empírica a las realidades objeto de dicha concepción hace que se haga referencia a la producción de los *medias*, por ejemplo, siempre desde un punto de vista estereotipado, monolítico en su elaboración, unificado en sus efectos sobre los públicos.

Lejos de encontrar en la llamada “desartistización” un vector explicativo de las transformaciones operadas en las esferas del trabajo en las dos últimas décadas, nuestro proceso de investigación pone sobre la mesa un proceso inverso de “artistización” del trabajo. Como apunta Menger (2002), no sólo las actividades artísticas no constituyen el reverso del trabajo, sino que por el contrario se han convertido en la expresión más avanzada de nuevos modos de producción y de nuevas relaciones de empleo engendradas por las mutaciones del capitalismo.

Lejos de representaciones románticas, contestatarias o subversivas del artista, debemos considerar al “creador” como una figura ejemplar del nuevo trabajador, figura a través de la cual se leen las transformaciones más decisivas: fragmentación del continente salarial, proliferación de los profesionales autónomos, amplitud y resortes de las desigualdades contemporáneas, medida y evaluación de las competencias, así como individualización de las relaciones laborales. “Es en las paradojas del trabajo artístico donde se revelan algunas de las mutaciones más significativas del trabajo y de los sistemas de empleo modernos: fuerte grado de implicación en la actividad, autonomía elevada en la tarea, flexibilidad aceptada e incluso reivindicada, arbitrajes arriesgados entre ganancias materiales y gratificaciones frecuentemente no monetarias, explotación estratégica de las manifestaciones no igualitarias del talento, etc.”.

Desigualdades, diferencias, neoliberalismo

Lazzarato (2008) explica que el sentido general del gobierno neoliberal de la sociedad favorece activamente la multiplicación de las diferencias (de los estatutos, de las rentas, de la formación en la gestión del mercado de trabajo, de la pobreza, del desempleo, de la precariedad, etc.) y convierte esa multiplicación en modulación y optimización de las desigualdades. En este sentido, las políticas neoliberales “no tiene por función la reducción de las desigualdades sino, al contrario, mantener a cada uno en una desigualdad diferencial en relación a las demás. El gobierno del mercado fundado sobre la competencia y la empresa debe velar porque todo el mundo se encuentre en un estado de ‘igual desigualdad’. De esta manera, hace falta intervenir en las políticas sociales para individualizarlas. (...) Foucault remarca que se trata de una ‘individualización’ de la política social que no tiene por objetivo asegurar a los individuos una cobertura social contra los riesgos, sino constituir un espacio económico en el interior del cual puedan asumir y afrontar individualmente los riesgos”. El propio Foucault (2004) analiza el cambio de paradigma de las políticas públicas, desde la producción de homogeneidad hacia la multiplicación de la heterogeneidad y de las diferencias, a

la hora de abordar el paso de una sociedad disciplinaria a otra de corte securitario. Mientras que en la sociedad disciplinaria la gestión del poder se funda por un lado sobre un ejercicio de ‘normación’, es decir, en la conminación a una conducta altamente uniformizante en base a una norma general, y por otro lado en la exclusión de lo no normalizable, en la sociedad securitaria la operación de ‘normalización’ se organiza sin el recurso a una norma externa al proceso, apoyándose sobre las diferencias y jugando las unas contra las otras. Deleuze y Guattari (1994) hablan de “micropolítica de la inseguridad” para poner en relación el gobierno de las desigualdades con “la administración de una gran seguridad molar organizada que tiene por correlato una micropolítica de pequeños miedos, toda una inseguridad molecular permanente, hasta el punto de que la fórmula de los ministerios del interior: una macropolítica de la sociedad para una micropolítica de la inseguridad”. Hemos abordado este asunto en profundidad y con un sentido práctico y fenomenológico en páginas anteriores, cuando hemos dado cuenta de los estados de precariedad y de inseguridad de los escritores de ficción televisiva.

Emprendedor y empresario de sí

Jaros Rowan aborda el análisis del concepto de *emprendedor* en un interesante acercamiento al fenómeno de la empresarialidad en el mundo de la producción cultural (Rowan, 2010). Tal y como pone de manifiesto su trabajo de investigación, la categoría de *emprendedor* implica una racionalidad de economización de la vida cuyo horizonte potencial es la mercantilización de todas las relaciones sociales, generalizando un tipo humano completamente volcado en la instrumentalización de su entorno y de las personas que lo pueblan. La visión instrumental del mundo que entraña la lógica empresarial encaja perfectamente con la noción de *homo-economicus* propia del pensamiento neoliberal: sujetos racionales que buscan maximizar sus beneficios y una consideración del mundo como un gran mercado en el que es preciso triunfar.

“El trabajador es un emprendedor y un empresario de sí mismo, siendo para él

mismo su propio capital, siendo para él mismo su propio productor, siendo para él mismo la fuente de sus propios ingresos. Lo que se exige a los individuos no es asegurar la productividad del trabajo, sino la rentabilidad de un capital (de su propio capital, de un capital inseparable de su propia persona). El individuo debe considerarse él mismo como un fragmento del capital, una fracción molecular del capital. El trabajador ya no es un simple factor de producción, el individuo no es, hablando con propiedad, una ‘fuerza de trabajo’, sino un ‘capital-competitivo’, una ‘máquina-competente’” (Lazzarato, 2008a). Lorey (2006) apunta que el origen del *empresario de sí* como modo de subjetivación se remonta al comienzo de las sociedades liberales modernas: “Tal genealogía nos permite recorrer desde finales del siglo XIX hasta la era del Estado social y del bienestar, así como poner en relación la figura del actual empresario o empresaria de sí (que se constituye de forma mayormente compelida en el marco de la actual reconstrucción y desmatelamiento del Estado social y del bienestar) con los métodos gubernamentales de subjetivación fundamentalmente liberales que tienen lugar desde finales del siglo XVIII. Con la actual interpelación a ser responsable de sí, algo que ya había fracasado en el siglo XIX, parece repetirse ahora la primacía de la propiedad y la construcción de la seguridad que a ella se asocia”.

Es interesante cómo la práctica de una suerte de empresariado de sí mismo emerge a la superficie de los discursos de los guionistas televisivos, incluso en relación a su primer encuentro celebrado en Valencia en octubre de 2010. En “Bloguionistas”, uno de los blogs españoles de guionistas más conocidos, uno de sus escritores habituales, tras realizar un balance personal muy positivo del primer encuentro de guionistas, escribía: “Confío en que se repita el año próximo, ojalá vuelva a ser en Valencia, y espero verles a todos ustedes allí. Y los que no vayan, que no se quejen luego de lo difícil que es hacer contactos”.³²⁹ Como apunta McRobbie (2002), el empresariado de sí mismo implica para el trabajador una continua actividad de auto-promoción (“*self-promotion*”) que,

³²⁹ <http://bloguionistas.wordpress.com/2010/10/07/encuentro-deguionistas-de-valencia/>. El subrayado es nuestro.

haciéndose eco de la constante necesidad de trabajar en uno mismo (“*work on one self*”), se empeñe en una constante acción relacional (literalmente, “hacer red” –*networking*–), participando en encuentros con colegas y en foros donde se intercambian ideas y puntos de vista sobre la profesión. Ese “hacer contactos” que expresa el testimonio citado, connota el sentido netamente empresarial y de negocio que para su autor poseía el encuentro de guionistas españoles en la ciudad de Valencia, así como desvela una concepción de la relación consigo mismo y con los demás sujeta a una lógica financiera (Méda, 1999) en la que la vida social resulta enteramente productiva y la actividad relacional posee la naturaleza de una auténtica acumulación de capital. Desde este punto de vista, la vida social se convierte en el capital más precioso (Gorz, 2003), en una realidad en la que, como apunta Lévy (2000), “todos estarán constantemente dedicados a hacer *business* en relación a todo (...). No sabremos muy bien cuándo estaremos trabajando y cuándo no. Estaremos constantemente ocupados haciendo cualquier suerte de *business* (...). Incluso los asalariados se convertirán en empresarios individuales que gestionarán sus carreras como si fueran pequeñas empresas (...). La persona se convierte en una empresa”.

Empresariado y soberanía moderna

Hardt y Negri (2004) establecen una interesante relación entre la teoría de la soberanía moderna en lo político y las teorías y prácticas capitalistas de gestión empresarial en lo económico. Según dichos autores, las dinámicas de gestión empresarial, en paralelo a la teoría de la soberanía moderna, plantean la necesidad de la existencia de una figura, única y unitaria, capaz de asumir la responsabilidad y de decidir en el terreno de la producción, a fin de garantizar el orden económico y la innovación. El carácter único y unitario de la figura empresarial es destacado por el propio Schumpeter. “En el caso del emprendedor capitalista, su función es menos notoria que la de los terratenientes medievales, pero constituye una forma de gobierno personal que se sostiene sobre elementos como la energía personal o las nociones personales de éxito” (el subrayado es

nuestro) (Schumpeter, 1962). De esta manera, “el capitalista es el uno que reúne a los trabajadores en una cooperación productiva, en la fábrica por ejemplo. El capitalista es un Licurgo moderno, soberano del dominio privado de la fábrica, pero siempre complejo a ir más allá de la estabilidad e innovar. Schumpeter es el economista que mejor ha descrito el ciclo económico de la innovación, vinculándolo a la forma de control político. A la excepcionalidad soberana le corresponde la innovación económica como la forma industrial de gobierno. Son numerosos los trabajadores que intervienen en las prácticas materiales de la producción, pero el capitalista es el único responsable de la innovación. Al igual que sólo el uno puede decidir en política, según se nos asegura, sólo el uno puede innovar en economía” (Hardt y Negri, 2004). A tenor de esta idea, cabría la posibilidad de plantear la relación entre una hipotética crisis de la soberanía y de la representación política, manifestada en una creciente desafección y distancia de las poblaciones respecto de las instituciones, los partidos y los sindicatos, con una crisis de la función empresarial tradicional. Dicha hipótesis analítica abre un campo de investigación sumamente interesante.

Empresario político

La categoría de “empresario político” posee diversos significados que implican usos diferentes del término. A diferencia del uso del concepto que nosotros proponemos, hay definiciones del empresariado político que lo ligan a la acción de individuos que operan en el seno de instituciones políticas y cuyo objetivo es el aprovechamiento de las oportunidades que dichas instituciones generan, con un amplio abanico de potenciales motivaciones (ganancia monetaria, obtención de empleo, seguridad, prestigio, poder, privilegios, etc.) (Dahl, 1961). Otras concepciones del término lo proponen como herramienta terminológica idónea para dar cuenta de individuos o grupos de interés que participan en ejercicios de *lobby* para conseguir privilegios de parte del gobierno y del poder político (Wagner, 1966). En el campo de estas dos definiciones el empresario político aparece como un hombre de negocios que orienta su obtención de beneficio hacia

los subsidios, el proteccionismo, los contratos de servicio con el poder público u otro tipo de acuerdos con los gobiernos a través de la influencia política. También como un actor político que centra el desarrollo y el éxito de su carrera política en la configuración de una acción destinada a la satisfacción de la población entendida como un público o un agente clientelar. Muy al contrario, nuestro uso de la categoría de empresario político se aleja del mundo político formal y de la relación con los poderes públicos para dibujar la presencia de trazos políticos en la actividad regular y en el sentido de las empresas y de la función patronal.

Encuentros de guionistas

El Primer Encuentro de Guionistas de España se celebró en 2010 en la ciudad de Valencia. Fue convocado por el Foro de Asociaciones de Guionistas del Audiovisual (FAGA) y por Autores Literarios de Medios Audiovisuales (ALMA), con el respaldo de la Federation Screenwriters Europe (FSE), y la organización corrió a cargo de Escriptors de l'Audiovisual Valencià (EDAV). Textualmente, el evento perseguía “dar un poderoso impulso al asociacionismo entre guionistas y a la cooperación entre creadores de las distintas comunidades autónomas contribuyendo a armonizar prácticas, opiniones y tomas de posición en algunas de las cuestiones cruciales de la industria audiovisual”. La reunión contó con el patrocinio del Instituto Valenciano del Audiovisual y la Cinematografía (IVAC), la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE), Derechos de Autor de Medios Audiovisuales (DAMA), así como con la colaboración del Instituto Valenciano de Arte Moderno (IVAM). Toda la información referida al encuentro se puede consultar en: <http://alturl.com/9wqhi>. En 2011 se celebró el Segundo Encuentro de Guionistas de España en la ciudad de Madrid. El Encuentro contó con la presencia de casi 300 guionistas y fue organizado por Escriptors de l'Audiovisual Valencià (EDAV), y convocado por el Foro de Asociaciones de Guionistas del Audiovisual (FAGA) y el Sindicato de Guionistas ALMA. El espíritu y los resultados de este segundo encuentro

siguieron la línea trazada por el anterior, tratando cuestiones como la escritura cinematográfica, de ficción y no ficción televisiva, tendencias en la escritura de contenidos, marco profesional del guionista, así como de la cuestión de las sociedades de gestión de derechos. Destacó la participación de la Ministra de Cultura, Ángeles González-Sinde, el director del ICAA, Carlos Cuadros, y las Juntas Directivas de los convocantes. Las conclusiones, absolutamente simétricas a las del primer encuentro, se pueden consultar aquí: <http://alturl.com/tvbjm>.

Episodios, continuidades, temporadas

La unidad mínima de una serie de ficción televisiva es el episodio. La duración de un episodio es de entre veinte y cuarenta minutos a setenta minutos, dependiendo del formato de serie. El episodio como unidad tiene dos características: es una unidad en sí misma que tiene que tener sentido por sí misma y, al mismo tiempo, constituye una etapa de una unidad mayor de medida que es la temporada. Esta naturaleza ambivalente hace que el episodio deba empezar, continuar y terminar historias al mismo tiempo. Por esa razón cada episodio se compone de tramas de continuidad y tramas episódicas. Las primeras son historias que empiezan y terminan en un único episodio. Las segundas son tramas de carácter serial cuyo desarrollo ocupa más de un episodio.

Las continuidades son el elemento de unión de la temporada: determinan cómo se construye la progresión dramática entre los episodios. Se trata de un mecanismo de encadenamiento y de fidelización del público. Las continuidades resultan esenciales para el desarrollo de la temporada y constituyen la herramienta fundamental en la constitución del carácter serial de la narración: mantienen la atención del espectador y le permiten engancharse o desengancharse de la narración en cualquier momento.

Las temporadas tienen dos duraciones estándar: trece episodios (medio año) o veintiseis episodios (año completo). Sin embargo, se están empezando a generalizar modelos de series de menos duración, por ejemplo de siete o de nueve episodios. De esta manera, se prueba el funcionamiento del producto de

cara al público y se concentra más el presupuesto. No obstante, la duración de una serie puede variar dependiendo de criterios de producción exclusivamente. Esos criterios pueden modificar sustancialmente los ritmos de trabajo ya que pueden surgir cambios con la serie ya en marcha, en forma de nuevos capítulos encargados o de requerimientos de recortes en el número de episodios. En algunas televisiones públicas europeas se hacen series de seis episodios de una única temporada o como mucho de dos (BBC o Channel Four).

Equipamientos colectivos de subjetivación

En el campo de los estudios urbanos de la década de los años setenta se definían los equipamientos colectivos, en un sentido amplio, como “aquellos instrumentos y medios de uso colectivo que realizan una función de complemento o facilitación del consumo privado, constituyendo un factor indirecto de la producción social y contribuyendo a la reproducción de las relaciones de producción propias del sistema social” (FOESSA, 1976). Desde esta perspectiva, se considera los equipamientos colectivos como bienes fijos y duraderos, promovidos y controlados por la propia sociedad para uso de la totalidad del cuerpo social. Fourquet y Murard (1973) señalaban en esa época que la ciudad en tanto que tal constituye un equipamiento colectivo que tiene por condición principal la circulación: de mercancías, de personas, de capital, de información. Estos autores señalaban igualmente que de las cuatro funciones descritas por la *Carta de Atenas*³³⁰ (trabajar, habitar, circular y recrearse), los equipamientos colectivos parecen materializar las dos últimas. Así, se trata de servicios que permiten las siguientes funciones: circular, educar, curar, cultivarse, hacer deporte y jugar. Fourquet y Mourard señalaban igualmente que los equipamientos colectivos deben ser estudiados no como estructuras y relaciones reales, sino como estructuras y relaciones simbólicas. Por su parte, Jacques Ion (1972) define los equipamientos socio-culturales como “instrumentos localizados

³³⁰ Manifiesto urbanístico redactado en el IV Congreso Internacional de Arquitectura Moderna - CIAM- celebrado en 1933.

de uno o varios aparatos ideológicos, entendiendo por esto, con Althusser, los medios de producción de las relaciones de producción en un sistema social dado”.

La centralidad del orden y las estructuras simbólicas, así como su relación con la producción y reproducción del campo ideológico, vincula la configuración y el funcionamiento de los equipamientos colectivos con las formas de subjetivación social. En este sentido, Guattari (1987) define los equipamientos colectivos como sistemas maquínicos de producción de subjetividad o de subjetivación. A lo largo de la historia Guattari distingue tres “voces” que se encontrarían en la base de los procesos de subjetivación de las sociedades occidentales contemporáneas y que dibujarían el esquema del desarrollo histórico de los equipamientos colectivos de subjetivación:

1. Las voces del *poder*, circunscribiendo desde el exterior los conjuntos humanos, ya sea por coerción directa e influencia panóptica sobre los cuerpos, o por apoderamiento imaginario de las almas.
2. Las voces del *saber*, articulándose desde el interior de la subjetividad en las pragmáticas tecno-científicas y económicas.
3. Las voces de la *autorreferencia*, desarrollando una subjetividad procesual, auto-fundadora de sus propias coordenadas, auto-consistente, creadora de sí.

Más allá de toda consideración diacrónica, podríamos decir que en todo equipamiento colectivo como máquina de subjetivación encontramos la combinación de estas tres voces. De esta manera, los equipamientos colectivos podrían diseccionarse a partir de las cuatro regímenes semióticos sobre los que reposa la sociedad capitalista contemporánea, definida por Guattari (1996) como Capitalismo Mundial Integrado:

1. *Semióticas económicas* (instrumentos monetarios, financieros, contables, de decisión, etc.)
2. *Semióticas jurídicas* (título de propiedad, legislación y reglamentaciones diversas, etc.)
3. *Semióticas técnico-científicas* (planes, diagramas, programas, estudios,

investigaciones, etc.)

4. *Semióticas de subjetivación*, algunas de las cuales coinciden con las que acaban de ser enumeradas, pero a las que convendría añadir muchas otras, tales como las relativas a la arquitectura, el urbanismo, los equipamientos colectivos, etc.

A partir de estas premisas, Guattari señala que la sociedades capitalistas fabrican, para ponerlos a su servicio, tres tipos de subjetividad: “una subjetividad serial que corresponde a las clases asalariadas, otra a la inmensa masa de los ‘no-asegurados’ y, por último, una subjetividad elitista que corresponde a las capas dirigentes. La ‘mass-mediatización’ acelerada del conjunto de las sociedades tiende así a crear una separación cada vez más pronunciada entre esas diversas categorías. Entre las élites, encontramos una disponibilidad suficiente de bienes materiales, de medios de cultura, una práctica mínima de la lectura y de la escritura y un sentimiento de competencia y de legitimidad en las decisiones. Entre las clases sometidas, encontramos, por regla general, un abandono al orden de las cosas, una pérdida de esperanza de dar un sentido a su vida. Un punto programático primordial de la ecología social será hacer transitar esas sociedades capitalistas de la era ‘mass-mediática’ hacia una era posmediática, entendiendo por ello una reapropiación de los ‘medias’ por una multitud de grupos-sujetos, capaces de dirigirlos hacia una vía de resingularización” (Guattari, 1996). Como ponemos de manifiesto en el apartado de nuestro estudio en el que abordamos la investigación de los públicos televisivos, la actualidad de nuestras sociedades viene definida por un devenir potencialmente posmediático generalizado, del que emanan fenómenos como el 15-M en tanto que dinámicas de expresión y experimentación política de nuevo tipo.

Espacio liso / Espacio estriado

Gilles Deleuze y Félix Guattari (1994) conciben la noción de espacio liso en relación a su contrario, el espacio estriado. Ambos conceptos son sujetos de una relación antitética de carácter paradójico. Tal y como apuntan los propios

Deleuze y Guattari, “el espacio liso no cesa de ser traducido, transvasado a un espacio estriado; y el espacio estriado es constantemente restituído, devuelto a un espacio liso”.

Mientras que el espacio estriado se relaciona con el modelo del tejido, con su estructura hecha de hilos de trama e hilos de cadena en su cruce perpendicular, el espacio liso es pensado a partir del modelo del fieltro, objeto de una lógica notablemente diferente: “Un tejido presenta en principio un cierto número de características que permiten definirlo como espacio estriado. En primer lugar, está constituido por dos tipos de elementos paralelos: en el caso más sencillo unos son verticales, otros horizontales, y los dos se entrecruzan, se cruzan perpendicularmente. En segundo lugar, los dos tipos de elementos no tienen la misma función; unos son fijos, y los otros móviles, pasando por encima y por debajo de los fijos. (...) En tercer lugar, un espacio estriado de este tipo está necesariamente delimitado, cerrado al menos por un lado: el tejido puede ser infinito en longitud, pero no en anchura, pues ésta está definida por el marco de la urdimbre; la necesidad de un ida y vuelta implica un espacio cerrado (y las figuras circulares o cilíndricas también son cerradas). (...) el fieltro, que procede de forma totalmente distinta, como un antitejido. El fieltro no implica ninguna separación de los hilos, ningún entrecruzamiento, sino únicamente un enmarañamiento de las fibras, que se obtiene por presión (por ejemplo, enrollando alternativamente el bloque de fibras hacia adelante y hacia atrás). (...) Un conjunto imbricado de este tipo no es en modo alguno *homogéneo*: sin embargo es liso, y se opone punto por punto al espacio del tejido (es infinito por derecho, abierto o ilimitado en todas las direcciones; no tiene derecho ni revés, ni centro; no asigna fijos y móviles, sino que más bien distribuye una variación continua) (Deleuze y Guattari, 1994).

A partir de estas concepciones, Jesús Ibáñez (1985) plantea que un espacio-tiempo marcado por el poder es siempre un espacio estriado: “La oposición espacio liso/estriado ha sido construida por Deleuze y Guattari sobre una idea de Boulez. El título de una obra de Boulez (*Par volonté et par hasard*) puede dar una idea de lo que se trata. Espacio liso es el espacio del azar o de la libertad, y

espacio estriado es el espacio de la voluntad o de la necesidad. El espacio liso es el espacio de los fluidos no canalizados o de los sólidos informes; el espacio estriado es el espacio de los sólidos formados o de los fluidos canalizados. El espacio estriado –espacio de libertad de primera especie o restringida- es un espacio homogéneo (todos los puntos juegan el mismo papel, toda estructura local repite la estructura global, es un espacio con homotetia interna) y anisótropo (no todas las direcciones y sentidos tienen la misma probabilidad, hay direcciones y sentidos cuya probabilidad tiende a uno –prescritos- y hay direcciones y sentidos cuya probabilidad tiende a cero –proscritos-). Para Ibáñez el efecto fundamental de poder el tejido de un espacio estriado hecho de imposición de caminos prescritos y delimitación de caminos proscritos, es decir, de una acción que se pone siempre como sentido reservarse el azar para sí y atribuir la norma para los demás. La reserva para sí del azar y la imposibilidad de moverse libremente remiten directamente a la imposibilidad de un espacio liso, en el que todas las direcciones resultan posibles y practicables.

Es interesante señalar que Deleuze y Guattari (1994) relacionan las nociones de espacio estriado y espacio liso con el fenómeno del trabajo: “Ya hemos visto en otra parte que existía una distinción entre ‘acción libre’ en espacio liso y ‘trabajo’ en espacio estriado. Y en efecto, en el siglo XIX se prosigue una doble elaboración: la de un concepto físico-científico de Trabajo (peso-altura, fuerza-desplazamiento), y la de un concepto socioeconómico de fuerza de trabajo o trabajo abstracto (cantidad abstracta homogénea aplicable a todos los trabajos, susceptible de multiplicación y división). Se establecía así una profunda relación entre la física y la sociología, de tal forma que la sociedad proporcionaba una medida económica del trabajo, y la física, a su vez, una ‘moneda mecánica’ del trabajo. El régimen del salariado tenía como correlato una mecánica de las fuerzas. Nunca la física fue más social, puesto que en los dos casos se trataba de definir un valor medio constante, para una fuerza de levantamiento o de arrastre ejercida lo más uniformemente posible por un hombre-standard. Imponer a toda actividad el modelo de trabajo, traducir todo acto en trabajo posible o virtual, disciplinar la acción libre, o bien (lo que viene a ser lo mismo) relegarla al campo

del ‘ocio’, que sólo existe con relación al trabajo. Se comprende así por qué el modelo-Trabajo formaba parte fundamentalmente del aparato de Estado, en su doble aspecto físico y social”. Deleuze y Guattari (1994), definen una modificación sustancial de la valorización capitalista que no sólo modifica los parámetros de constitución del trabajo como espacio estriado, sino que relega a la periferia de la producción de plusvalor al trabajo en su dimensión física y localizable, introduciendo una racionalidad general propia de los espacios lisos: “En esas nuevas condiciones, sigue siendo verdad que todo trabajo es sobretrabajo; pero el sobretrabajo ya ni siquiera pasa por el trabajo. El sobretrabajo, y la organización capitalista en su conjunto, pasan cada vez menos por el estriaje del espacio-tiempo que corresponde al concepto físico-social de trabajo. Más bien se diría que la alienación humana ha sido sustituida en el propio sobretrabajo por una ‘esclavitud maquínica’ generalizada, de tal forma que se proporciona una plusvalía independientemente de cualquier trabajo (el niño, el jubilado, el parado, el telespectador, etc.). No sólo el usuario como tal tiende a devenir un empleado, sino que el capitalismo actúa tanto mediante una cantidad de trabajo como mediante un proceso cualitativo complejo que pone en juego los modos de transporte, los modelos urbanos, los medios de comunicación, la industria del ocio, las formas de percibir y de sentir, todas las semióticas. Es como si el capital circulante, al final del estriaje que el capitalismo ha sabido llevar a un punto de perfección sin igual, segregase, necesariamente, reconstituyese una especie de espacio liso en el que de nuevo se pone en juego el destino de los hombres”. Nuestro análisis del trabajo y de los trabajadores de corte cognitivo a partir del caso de los escritores de ficción televisiva, sujetos permanentes de procesos de modulación flexibles en los que el campo amplio del vivir se constituye en trabajo, pone de manifiesto lo acertado del análisis de Deleuze y Guattari.

Esquizofrenia y paranoia del guionista

El término “esquizofrenia” encuentra su origen etimológico en las palabras griegas *schizo* (σχίζειν), que significa “división” o “escisión”, y *phrenos* (φρήν,

φρεν-), cuyo significado es “mente” (Coromines, 2008).

Es interesante observar que algunos psiquiatras apuntan que los factores desencadenantes de los cuadros paranoicos se encuentran especialmente activos en personas que presentan un acusado *narcisismo*, que se ven expuestos a permanentes *frustraciones* y que, consecuentemente, presentan una *baja autoestima* (González Duro, 1991). A tenor de nuestra experiencia directa en la fabricación de contenidos de ficción televisiva, podríamos apuntar que narcisismo, frustraciones y baja autoestima son tres elementos constantes que juegan en la constitución profesional de sí de gran parte de los guionistas de televisión en España.

En el trazo de un profundo alejamiento crítico del psicoanálisis, Gilles Deleuze y Félix Guattari proponen la paranoia y la esquizofrenia no sólo como fenómenos de naturaleza plenamente social, sino como los dos polos divergentes sobre los que bascula el ejercicio de la sociabilidad y las propias relaciones sociales (Deleuze y Guattari, 1972). La paranoia originaría constituciones grupales de carácter sometido y gregario ancladas en la reproducción de lo existente. La esquizofrenia, por el contrario, daría lugar a la emergencia de un grupo-sujeto capaz de fluir a través de posibles fugas que abren nuevas posibilidades, realidades y horizontes. En este sentido, la paranoia funcionaría como un multiplicador de fantasmas que se interiorizan y se proyectan imponiendo el orden, mientras que la esquizofrenia sería capaz de decodificar las estructuras sociales en la exploración de otras realidades alternativas y posibles, materiales, imaginarias y simbólicas. Desde este punto de vista, la paranoia funcionaría como un limitador de potencia y un límite. La esquizofrenia, por su parte, abriría potencialmente al ejercicio de una cualidad superadora definida por el ejercicio del deseo desde la condición grupal de sujeto. “ (...) hemos colocado a la paranoia no menos que a la esquizofrenia como independientes de toda pseudo etiología familiar, para hacerlas recaer directamente en el campo social: los nombres de la historia y no los nombres del padre. (...) todo delirio es primero catexia de un campo social, económico, político, cultural, racial y racista, pedagógico, religioso: el delirante aplica a su familia y a su hijo un delirio que

les desborda por todos lados (...) no hay un solo delirio que no posea eminentemente esta característica y que no sea originalmente económico, político, etc., antes de ser aplastado por el molinillo psiquiátrico y psicoanalítico. (...) las catexias sociales son primeras con respecto a las catexias familiares, que nacen tan sólo de la aplicación o de la proyección de aquellas. (...) primero es la catexia social con respecto a la catexia familiar, lo primero es la catexis del campo social en el que el padre, el niño, la familia como subconjunto, están al mismo tiempo sumergidos. La primacía del campo social como término de la catexis de deseo define el ciclo y los estados por los que pasa un sujeto. (...) [La paranoia] es catexia de grupo sometido, tanto en la forma de soberanía como en las formaciones coloniales del conjunto gregario, que suprime y reprime el deseo de las personas; la otra [la esquizofrenia], una catexia de grupo-sujeto en las multiplicidades transversales que llevan el deseo como fenómeno molecular” (Ibidem). “Catexia” es un concepto propio de las escuelas psicoanalíticas. Según Freud, el sujeto puede dirigir su energía pulsional hacia un objeto o una representación e impregnarlo, cargarlo o cubrirlo de parte de ella. Se llaman catexias a estas descargas de energía psíquica. A partir de la experiencia de catexización, el objeto cargado ya no le resulta indiferente al sujeto, más bien tendrá para él una halo o colorido peculiar. Si los objetos y personas nos resultan atractivas no es, para esta descripción, porque ellos mismos posean de forma objetiva el carácter de "deseable" o "atractivo", se trata más bien de una figuración consecuencia de nuestras proyecciones de energía libidinosa sobre ellos (Bruno, 1997).

Ética hacker

Pekka Himanen (2001) define este concepto de la siguiente manera: “En el centro de nuestra era tecnológica se hallan unas personas que se autodenominan hackers. Se definen a sí mismos como personas que se dedican a programar de manera apasionada y creen que es un deber para ellos compartir la información y elaborar software gratuito. No hay que confundirlos con los crackers, los

usuarios destructivos cuyo objetivo es el de crear virus e introducirse en otros sistemas: un hacker es un experto o un entusiasta de cualquier tipo que puede dedicarse o no a la informática. En este sentido, la ética hacker es una nueva moral que desafía la ética protestante del trabajo, tal como la expuso hace casi un siglo Max Weber en su obra clásica *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, y que está fundada en la laboriosidad diligente, la aceptación de la rutina, el valor del dinero y la preocupación por la cuenta de resultados. Frente a la moral presentada por Weber, la ética del trabajo para el hacker se funda en el valor de la creatividad y consiste en combinar la pasión con la libertad. El dinero deja de ser un valor en sí mismo y el beneficio se cifra en metas como el valor social y el libre acceso, la transparencia y la franqueza”.

Externalidades

Con el concepto de externalidad se hace referencia a la existencia de condiciones externas a la empresa y a la producción que influyen su dinámica de desarrollo. Se habla de externalidades negativas cuando tales condiciones externas producen efectos negativos sobre la estructura productiva, causando de manera directa o indirecta un aumento de los costes. Por el contrario, existen externalidades positivas cuando tales condiciones externas influyen positivamente la dinámica de la producción, a través del incremento de los beneficios o de la productividad. A diferencia de la noción económica de “diseconomías externas”, que describe el efecto de la producción sobre el medioambiente externo a ella, el concepto de externalidad implica la relación unilateral que va del medioambiente externo al espacio interno de los procesos productivos (Fumagalli, 2004).

Hardt y Negri (2004) proponen una descripción de las *externalidades positivas* que puede resultar útil para aprehender el alcance de nuestro razonamiento sobre la cualidad de la cooperación productiva implicada en la escritura televisiva: “Los economistas reconocen lo común de una forma confusa mediante el concepto de ‘externalidades’. Las externalidades positivas son beneficios que

uno cosecha sin haber hecho nada. El ejemplo habitual de manual es que cuando mi vecino embellece su casa y su jardín, mi propiedad también aumenta automáticamente de valor. En un sentido más general y fundamental, las externalidades positivas se refieren a la riqueza social creada fuera de los procesos directos de producción, y cuyo valor sólo en parte puede ser captado por el capital. Por lo general se incluyen en esta categoría los conocimientos, las relaciones y las formas de comunicación social derivadas de la producción inmaterial. A medida que pasan al patrimonio común de la sociedad, forman una suerte de materia prima que no se agota en el proceso de producción, sino que, por el contrario, aumenta a medida que se utiliza. (...) La inteligencia, las capacidades afectivas y los conocimientos tecnológicos de esas poblaciones son externalidades positivas desde el punto de vista del empresario. El capital no ha de pagar por esas fuentes de riqueza, pero tampoco puede someterlas por entero. Esas externalidades, que son comunes a todos nosotros, definen cada vez más la producción económica en su conjunto”.

Flexibilidad patronal

Adjetivamos como patronal el tipo de flexibilidad preponderante en el sector audiovisual, así como en el conjunto de los sectores productivos y mercados de trabajo, porque para que se pudiera hablar realmente de flexibilidad *tout court*, sería requisito necesario que el concepto mismo fuera aplicable también desde la perspectiva del trabajador: flexibilidad como libre elección de trabajo, posibilidad permanente de escoger la modalidad de desarrollo de la actividad laboral en términos de horario, de cargas y de tareas; reconocimiento de la posibilidad de elección en función de las características de las actividades laborales ofertadas por las empresas y del reconocimiento efectivo de las competencias y de la formación madurada en el curso de la experiencia de la vida. Una categoría de flexibilidad, en definitiva, para la que cualquier forma de imposición del trabajo a cualquier precio fuera considerada como una “rigidez” indeseable. No obstante, sólo sería posible la existencia de un contexto de

libertad real (y no sólo formal) de elección si se desvinculara el trabajo de la necesidad de supervivencia. Sólo si está garantizado el derecho al rédito se puede hablar de plena flexibilidad del trabajo. La cuestión es que el derecho a un rédito desligado de una actividad de trabajo mina estructuralmente los fundamentos de la relación capital-trabajo, base de la propia estructura económica capitalista. Esta circunstancia pone de manifiesto la existencia de una interesante paradoja: se puede hablar verdaderamente de flexibilidad sólo si se sale de una óptica económica de corte capitalista. Algunas de las iniciativas sociales y sindicales que en nuestro país y en el resto de Europa apuntan hacia el establecimiento de una renta social o rédito de ciudadanía se mueven precisamente en este sentido.

Fordismo y postfordismo

Por *fordismo* se entiende comúnmente el régimen de regulación social ligado al desarrollo de la gran industria en simbiosis con la centralidad absoluta de la relación salarial en marcos productivos y de sociabilidad caracterizados por una norma de empleo estable. El paradigma fordista está constituido por la combinación del modelo de producción ligado a la cadena de montaje, sujeto a una organización científica del proceso productivo (taylorismo), con el keynesianismo como principio de realidad de las políticas económicas (Estado de bienestar). El *postfordismo*, por el contrario, supone un desequilibrio de dicho orden: la estabilidad y la regularidad adscritos al régimen fordista dejan paso a una galaxia de regímenes y situaciones diferenciadas, marcadas por la flexibilidad, la informalidad, la desterritorialización, las condiciones heterogéneas y la fragmentación. El paradigma postfordista está constituido por el modelo de producción flexible combinado con el neoliberalismo como principio de realidad política que determina una erosión radical del estado de bienestar y una desregulación generalizada de las relaciones sociales y de los ámbitos laborales. Desde este punto de vista, el término *postfordismo* indica un modelo social cuyo modo de producción no está ya dominado por formas de acumulación verticalmente integradas y por pautas de distribución de la riqueza

contratadas entre representaciones colectivas supervisadas por el Estado, sino por formas de acumulación flexible capaces de integrar y de poner en red modos, tiempos y lugares de producción muy diferentes entre sí: de la fábrica robotizada a la granja *Hi Tech*, del distrito industrial a las maquiladoras mexicanas, pasando por los tiempos de la financiarización general de la vida social. Así, se reformula: (1) la relación entre soberanía política y esfera económica, tanto desde un plano local como desde un punto de vista global; y (2) los procesos mundiales de creación de riqueza, en cuyo interior los diferenciales salariales entre las diferentes realidades nacionales son utilizados para la construcción reticular de las empresas a escala transnacional. Sobre *postfordismo* se puede ver: Marazzi, 1999; Bologna y Fumagalli, 1997; Bologna, 2006; Vercellone, 2003; Zanini y Fadini, 2001.

Fundación Autor

Se trata de una entidad creada en 1997 por la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) con el fin declarado de promover y difundir la creación artística y el patrimonio musical, teatral, coreográfico, cinematográfico, audiovisual y multimedia. Constituye básicamente una plataforma de servicios para los creadores y trabajadores culturales socios de la SGAE que combina una labor asistencial con la promoción de la industria cultural mediante la colaboración con diferentes entidades públicas y privadas. Una de sus labores subsidiarias es la realización de periódicos estudios sobre el ámbito cultural en España, así como el desarrollo de iniciativas formativas para sus miembros.
(<http://www.fundacionautor.org/>).

Fundación Tripartita

En 2004 se creó la Fundación Tripartita para la Formación del Empleo, cuyo referente previo fue la Fundación para la Formación Continua (Forcem). La Fundación Tripartita está integrada por la administración pública, los sindicatos

UGT y CC OO, la Conferencia Intersindical Galega (CIG) y las patronales CEOE y Confederación Española de Pequeñas y Medianas Empresas (CEPYME). Su creación estuvo impulsada por la idea de optimizar los recursos y simplificar los procedimientos para que los trabajadores participen en los procesos de formación permanente. Sin embargo, otro aspecto fundamental tuvo que ver con la entrada del sector privado en la gestión de los planes de formación. De esta manera, la Fundación Tripartita se encarga de canalizar las subvenciones a las empresas y a los sindicatos que prestan los servicios formativos, verificando que se cumplan las normas y suministrando las informaciones que requieren trabajadores y empresarios que quieren participar de las dinámicas de formación continua. La fuente de financiación de los programas formativos es la cuota de formación profesional que se descuenta a todos los trabajadores que cotizan a la Seguridad Social (un 0,35% del salario), las ayudas del Fondo Social Europeo y las aportaciones establecidas en el presupuesto del Servicio Público de Empleo Estatal. En total, para el año 2010, por ejemplo, se presupuestaron 2.696 millones de euros (Araya y Martín, 2010). Un año antes el Ministerio de Administraciones Públicas concedió a los sindicatos 28.908.283,99 euros para el desarrollo de cursos de formación continua (Boletín Oficial del Estado, N° 89, sábado 11 de abril de 2009, sec. III, pág. 24377).

General Intellect

Marx (1997) denomina “general Intellect”, “cerebro social” o “conocimiento social general” al conjunto de los conocimientos abstractos que constituyen el epicentro de la producción social y organizan todo el contexto de la vida social. El razonamiento de Marx en torno al general intellect implica la idea de que el saber abstracto tiende a volverse, en virtud precisamente de su autonomía en relación a la producción, ni más ni menos que la fuerza productiva principal, relegando tendencialmente a una posición marginal el trabajo inmediato y concreto del trabajador. Según Marx, este saber social abstracto aparece objetivado en un capital fijo que se ha encarnado en el sistema automático de las

máquinas. Sin embargo, nuestro análisis del caso de los guionistas de televisión ha puesto de manifiesto en páginas anteriores que los propios guionistas funcionan como las máquinas fundamentales de la narrativa televisiva en cuanto encarnación del capital fijo, por lo que, más allá del planteamiento de Marx, la fabricación de guiones televisivos implica que la conexión entre saber y producción se articule necesariamente a través de los sujetos concretos en tanto que sujetos maquínicos. No obstante, el hecho de que el contexto de la vida social en su conjunto se convierta en una fuerza productiva fundamental en la fabricación de ficción televisiva indica la pertinencia de ampliar la noción de general intellect más allá del conocimiento que se materializa en el capital fijo, porque la narrativa televisiva desvela que las formas de saber que estructuran las interacciones y las comunicaciones sociales intervienen al mismo tiempo los procesos productivos. Para una aproximación al concepto marxiano de general intellect en el sentido de nuestro análisis se puede consultar: Virno, 1992 y 2001.

Geofilosofía

Deleuze y Guattari (1997) proponen el concepto de *geofilosofía* para analizar la relación de la producción de pensamiento con la tierra y con el territorio. Desde su punto de vista, “pensar no es un hilo tensado entre un sujeto y un objeto, ni una evolución de uno alrededor de otro. Pensar se hace más bien en la relación entre el territorio y la tierra”. En esta lógica, el pensamiento se da en la relación entre la tierra y su apropiación, puesto que tradicionalmente es la apropiación de tierra lo que define un territorio como “parte de la superficie terrestre delimitada geográfica, administrativa o políticamente” (Real Academia de la Lengua Española, 2001). De esta manera, podemos decir que el acto creativo del guionista de ficción televisiva consiste en la apropiación de elementos, sujetos, relaciones y sucesos del terreno de la vida cotidiana, convirtiendo mediante su actividad laboral la propia vida cotidiana en territorio de la ficción televisiva. A partir de esta idea, podríamos entender el trabajo de los escritores de ficción televisiva como una actividad inmersa en un flujo continuo de

desterritorializaciones y reterritorializaciones: se extrae información del ecosistema social, se procesa y se devuelve en forma de representaciones del propio ecosistema para que ese mismo ecosistema social (público) vuelva a desterritorializar (descodificar) esas representaciones y las reterritorialice (recodifique) dotándolas de sentido y sedimentándolas de nuevo en el ecosistema. Como expresan Deleuze y Guattari (1997), “los movimientos de desterritorialización no son separables de los territorios que se abren sobre otro lado ajeno, y los procesos de reterritorialización no son separables de la tierra que vuelve a proporcionar territorios. Se trata de dos componentes, el territorio y la tierra, con dos zonas de indiscernibilidad, la desterritorialización (del territorio a la tierra) y la reterritorialización (de la tierra al territorio). No puede decirse cuál de ellos va primero”.

Geometría euclídea

Un espacio euclídeo es un espacio vectorial normado con una dimensión finita: un espacio de carácter estriado (Deleuze y Guattari, 1994; Ibáñez, 1985), organizado mediante el ejercicio de la medida y de la previsión. La dimensión finita y localizable de la prestación laboral industrial es la que hace posible la práctica arqueológica y la que sostiene a la Arqueología Industrial como disciplina académica: existen rastros de localizaciones de aquello que fue y ya no es. De la misma manera, la perspectiva tradicional de la Sociología del trabajo tienen su origen en una concepción euclídea del mismo: el campo de su mirada se circunscribe al espacio y al tiempo de la prestación laboral; la producción resulta la unidad indisociable de individuos, de operaciones y de herramientas; el trabajo no es concebido en cuanto relación social, sino como prestación laboral: su espacio es el taller y su tiempo es el de la relación entre el trabajador y su tarea. Desde esta perspectiva, el análisis de las situaciones de trabajo se erige en el punto obligado de cualesquiera estructuras sociales: el espacio circunscrito de las situaciones laborales constituye el marco de observación del trabajo y la tarea investigadora se ciñe al esquema cuadrangular compuesto únicamente por las

relaciones que se dan entre los operadores, las herramientas, los materiales y los productos. De esta manera, desalojando de su perspectiva las pautas sociales de constitución del trabajador y del trabajo, sujetos de temporalidades sociales diferentes, la sociología del trabajo tradicional ignora y presupone su objeto de estudio: pudiéramos pensar que no es en realidad una sociología. Como apunta Pierre Rolle (1988): “Existen dos maneras (...) de excluir el trabajo del proceso de investigación. La primera consiste en desarrollar una ciencia que lo ignora, la segunda en fundar una ciencia que lo presupone. La sociología puede definirse así como el conjunto de las observaciones y las reflexiones que, refiriéndose todas al trabajo como su principio constitutivo, lo apartan del análisis. (...) El trabajo, como el trabajador, no resultan visibles más que disociando el uno del otro. La necesidad social de producir no se realiza por una especificación del individuo, el cual estaría destinado, desde su nacimiento a su muerte, a una tarea productiva. Esa necesidad se traduce por un comportamiento específico impuesto a sujetos libres, es decir, separados de toda atadura con la producción”.

Gobernanza

Aunque la misma construcción del concepto ha experimentado numerosas redefiniciones, existe un consenso en el empleo del término inglés “governance” (gobernanza) para designar una distinción y una contraposición con el “government” (gobierno), entendido como institución, aparato y organización. Para entender los orígenes y las acepciones de la categoría hay que situarla tanto en el interior de las transformaciones de los paradigmas productivos, como del Estado-nación mismo. Tanto el modelo rígido dentro de las empresas o en los mercados laborales, como el modelo burocrático de administraciones públicas, tienen problemas para relacionarse con la complejidad social actual. En este sentido, la *gobernanza* emerge como intento de inscribir los conflictos sociales y los procesos administrativos en ejercicios de mediación particulares, puntuales y singulares del poder soberano. Como elemento de crisis que permite señalar la desaparición de la definición tradicional del gobierno, debemos entender que la

gobernanza se presenta como recambio ante la imposibilidad de recomponer a través de un mecanismo constante de unificación trascendental las determinaciones contradictorias de las relaciones sociales. Es precisamente la sustitución de los mecanismos homogéneos y autoritarios de gobierno por los procedimientos de mediación de la *gobernanza*, la que aumenta, profundiza y hace potencialmente irreversible la crisis del gobierno mismo (Negri, 2006b).

Gubernamentalidad

Con la categoría de *gubernamentalidad*, Michel Foucault hizo referencia a la ligazón estructural del gobierno de un Estado con las técnicas de *gobierno de sí* en las sociedades occidentales (Foucault, 2004). Se trata de un concepto utilizado fundamentalmente para describir una modalidad general y un conjunto de saberes y técnicas de poder que presuponen una necesaria distinción en relación a la idea de soberanía. Desde este punto de vista, el gobierno no consistiría en una aplicación inmediata del poder soberano, sino que constituiría una condición esencial de su funcionamiento que tiende directamente a la dirección de los individuos, las poblaciones y sus comportamientos.

Hegemonía del trabajo cognitivo

Hardt y Negri (2004) relacionan la centralidad social, económica y productiva del trabajo inmaterial y cognitivo con su hegemonía cualitativa en relación al conjunto de las actividades laborales. Desde su punto de vista, en todo sistema económico se da la coexistencia de numerosas y diferentes formas de trabajo. Sin embargo, siempre existe una figura que ejerce su hegemonía sobre las demás. Para dichos autores, esa figura hegemónica opera un efecto centrípeto que va transformando a las demás, de modo que estas adoptan sus cualidades centrales. Dicha figura hegemónica no domina en términos cuantitativos, sino más bien por la forma en la que despliega una capacidad de transformación sobre las demás. Según este razonamiento, durante los siglos XIX y XX la industria era

hegemónica en el sentido en que era el centro de una atracción centrípeta sobre otras formas: la agricultura, la minería y la sociedad misma se vieron obligadas a industrializarse. En las últimas décadas del siglo XX, sin embargo, el trabajo fabril fue perdiendo paulatinamente su hegemonía, emergiendo en su lugar un trabajo de corte inmaterial, es decir, que produce bienes inmateriales, como el conocimiento, la información, la comunicación, etc. Hardt y Negri señalan que, evidentemente, el trabajo inmaterial y cognitivo es una parte minoritaria del trabajo global, concentrándose además fundamentalmente en algunas de las regiones dominantes del planeta. Lo que dichos autores sostienen es que la hegemonía del trabajo inmaterial y cognitivo posee una naturaleza cualitativa: marca la tendencia a las demás formas de trabajo y a la sociedad misma. Desde su punto de vista, el trabajo cognitivo se encuentra ahora en la situación en la que estaba el trabajo industrial hace ciento cincuenta años. En este sentido, la hegemonía del trabajo cognitivo tiende a transformar la organización de la producción, pasando de las relaciones lineales de la cadena de montaje a las relaciones innumerables e indeterminadas de las redes distribuidas: la información, la comunicación y la cooperación se convierten en normas de producción, al mismo tiempo que la red deviene su forma de organización dominante.

Humanos-máquina

Si el desarrollo de la gran industria supuso la maquinización de la persona, el capitalismo cognitivo implica una humanización de la máquina, en el sentido de que ésta se ubica en el interior del cuerpo del ser humano. Sobre el primer término de la ecuación, la maquinización del ser humano, Marx ofreció importantes claves explicativas: “La actividad del trabajador, limitada a una mera abstracción de actividad, se halla determinada y regulada en todos los aspectos por los movimientos de la máquina, y no a la inversa. La ciencia, que obliga a los miembros inanimados de la máquina, por su construcción, a girar con arreglo al fin que se persigue, como los de un autómatas, no reside en la conciencia del

trabajador, sino que, por medio de la máquina, éste actúa sobre él como un poder extraño, como el poder de la misma máquina. (...) el trabajo vivo se subsume al trabajo objetivado” (Marx, 1997). Gerald Raunig (2010) propone dos buenas vías teóricas para abordar la segunda parte de la ecuación: la humanización de la máquina. Desde su punto de vista, la extensión del concepto de máquina a otros órdenes más allá del tecnológico puede ser rastreada en el mismo Marx y en los trabajos de Gilles Deleuze y Félix Guattari. Raunig apunta que es posible encontrar en Marx una concepción de la máquina que no limita su definición a sus aspectos técnicos, sino que emerge como un ensamblaje mecánico-intelectual-social. En este sentido, el propio Marx señala que las máquinas “*son órganos del cerebro humano creados por la mano del hombre*, la potencia objetivada del saber. El desarrollo del capital fijo indica hasta qué punto el saber social general, el *knowledge*, se ha convertido en *fuerza productiva directa* y, por tanto, hasta qué punto las condiciones del proceso social de vida se hallan sometidas al control del *general intellect* y transformadas con arreglo a él. Hasta qué punto las fuerzas productivas sociales son producidas no sólo bajo la forma del saber sino como órganos directos de la praxis social, [de las relaciones sociales] del proceso real de vida” (Marx, 1997). A partir de esta idea, Raunig propone “enfaticar el hecho de que la fuerza productiva no sólo corresponde a las nuevas máquinas técnicas, ni solamente a la concatenación de ‘órganos mecánicos e intelectuales’, sino también y en especial a la relación de una trabajadora o un trabajador con otro y con los procesos de producción. No es solamente que el interior de la máquina técnica se ve impregnado por líneas mecánicas e intelectuales, sino que también hay vínculos y relaciones sociales que, haciéndose evidentes en el exterior, devienen componentes de la máquina” (Raunig, 2010). Por su parte, Deleuze y Guattari van más allá de Marx, al distinguir la máquina de algo que sencillamente prolonga o sustituye al ser humano, redefiniendo su significado más allá de aquello que enfrenta al trabajador y a la máquina en el modelo de la gran industria, proponiéndose con ello una investigación no sólo de los elementos de conexión del ser humano con la máquina o con otros elementos para constituir una máquina, sino también de la

condición maquina del propio ser humano y de la naturaleza humana de algunas máquinas: “No estamos usando una metáfora cuando hablamos de máquinas: los humanos constituyen una máquina tan pronto como esta naturaleza es comunicada recurrentemente al conjunto del que forman parte bajo condiciones determinadas. (...) No partimos de un uso metafórico de la palabra máquina, sino de una hipótesis (confusa) referente a los orígenes: la manera en la que elementos heterogéneos están determinados para constituir una máquina mediante la recurrencia y la comunicación; la existencia de un ‘filo maquina’”. Los ergónomos se acercan a este punto de vista cuando no definen el problema general en términos de adaptación o sustitución –la adaptación de un hombre a la máquina y de la máquina al hombre–, sino en términos de comunicación recurrente dentro de sistemas compuestos de hombres y máquinas. Es cierto que en el momento en que los ergónomos se convencen de que están limitándose en este sentido a una perspectiva puramente tecnológica, alzan los problemas del poder y de la opresión, de la revolución y del deseo, con un vigor involuntario que es infinitamente más grande que en la perspectiva adaptativa” (Guattari, 2009). Esta apertura del concepto de máquina conecta con la cibernética y su concepto de *cyborg*: una forma de ‘filo maquina’ que da lugar a una criatura compuesta de elementos orgánicos y dispositivos mecánicos que ya no es ni humano ni máquina, sino que sintetiza una especie de nueva naturaleza. A partir de esta idea, Donna Haraway ha abierto un campo teórico postidentitario y transgénico que parte de la superación de la idea de enfrentamiento entre el ser humano y la máquina, así como de la necesidad de explorar los procesos de hibridación entre ambos elementos, como punto de arranque de un nuevo programa de investigación y de acción política: “A finales del siglo XX -nuestra era, un tiempo mítico-, todos somos quimeras, híbridos teorizados y fabricados de máquina y organismo; en unas palabras, somos cyborgs. Éste es nuestra ontología, nos otorga nuestra política. (...) Según las tradiciones de la ciencia y de la política ‘occidentales’ -tradiciones de un capitalismo racista y dominado por lo masculino, de progreso, de apropiación de la naturaleza como un recurso para las producciones de la cultura, de reproducción de uno mismo a partir de las

reflexiones del otro-, la relación entre máquina y organismo ha sido de guerra fronteriza. En tal conflicto estaban en litigio los territorios de la producción, de la reproducción y de la imaginación. El presente trabajo es un canto al placer en la confusión de las fronteras y a la responsabilidad en su construcción. (...) La segunda distinción que hace aguas es la que existe entre (organismos) animales-humanos y máquinas. Las máquinas preciberneticas podían estar encantadas, existía siempre en ellas el espectro del fantasma. Tal dualismo estructuraba el diálogo entre el materialismo y el idealismo establecido por una progenie dialéctica, llamada espíritu o historia, según gustos. Pero, básicamente, las máquinas no poseían movimiento por sí mismas, no decidían, no eran autónomas. No podían lograr el sueño humano, sino sólo imitarlo. No eran un hombre, un autor de sí mismo, sino una caricatura de ese sueño reproductor masculinista. Pensar lo contrario era algo paranoico. Ahora, ya no estamos tan seguros. Las máquinas de este fin de siglo han convertido en algo ambiguo la diferencia entre lo natural y lo artificial, entre el cuerpo y la mente, entre el desarrollo personal y el planeado desde el exterior y otras muchas distinciones que solían aplicarse a los organismos y a las máquinas” (Haraway, 1991).

Identización

Hablamos de procesos de identización y no de identidad para subrayar precisamente la naturaleza procesual de las construcciones identitarias, enfatizando la idea de que las identidades están siempre en movimiento, sujetas a procesos que implican a diferentes actores y dimensiones sociales, con un carácter siempre situacional que otorga a sus cualidades una flexibilidad basada en la capacidad de sus actores para adaptarse a nuevas y diferentes circunstancias (Álvarez Veinguer, 2009). “El término ‘identidad’ resulta conceptualmente insatisfactorio: transmite fuertemente la idea de la permanencia de un sujeto. Hasta ahora, no obstante, ningún otro término parece en posesión de la capacidad de reemplazarlo en su propósito. Por tanto, por el momento debemos seguir atrapados en el uso del término en la casi contradictoria situación en la que en

orden de aportar luz a la dimensión procesual de la identidad colectiva como una construcción interactiva, subrayamos de manera inadvertida la realidad y la permanencia del actor. (...) Identidad colectiva es un concepto, una herramienta analítica y no un dato o una esencia, no es una ‘cosa’ con una existencia real. Por lo que respecta a los conceptos, nunca deberíamos olvidar que al referirnos a ellos no hablamos de la ‘realidad’ misma, sino de instrumentos o lentes con las que leemos la realidad (Melucci, 1996). “Las identidades nunca están unificadas y, en los últimos tiempos modernos, aparecen crecientemente fragmentadas y fracturadas; nunca en singular, sino construidas de manera múltiple a través de diferentes, a menudo cruzados y antagónicos, discursos, prácticas y posiciones. Están sujetas a una radical historización, en un constante proceso de cambio y transformación” (Hall y Gay, 1996).

Lean Production

“Lean production” (producción ligera) es el término anglosajón en el que se apoya la descripción de la modificación radical en la estructura de la organización empresarial a través de la flexibilización de los procesos productivos, la externalización de enteros segmentos de la producción, la subcontratación de servicios y la reducción de inventarios y mercancías en stock a través de un permanente ajuste a la demanda en tiempo real (*Just in time*), así como la conversión de las relaciones con la fuerza de trabajo en relaciones de servicio ajenas al Derecho del Trabajo y situadas fuera del universo jurídico de las relaciones laborales. Existe una cuantiosa literatura al respecto: una buena genealogía de la categoría se encuentra en Holweg (2007); para una aproximación pionera al fenómeno en la industria automovilística japonesa desde el punto de vista gerencial se puede consultar Krafcik (1988); Coriat (1994a y 1994b) ofrece un interesante análisis del asunto; Marazzi (1999) aborda la cuestión de manera esclarecedora a la hora de construir su propuesta interpretativa de las transformaciones de los procesos productivos desatadas en los años noventa del pasado siglo. Lo interesante del material de Marazzi es que

coincide en el tiempo con el inicio del auge de la fabricación de ficción televisiva local en España y con la consolidación del universo de empresas productoras de contenidos para televisión que son su motor fundamental, abordando su análisis en el mismo arco temporal en el que se inscribe el proceso de reestructuración del sector audiovisual en nuestro país. Desde su punto de vista, el desarrollo de las dinámicas de aligeramiento productivo se inscribe en un cambio epocal determinado por una modificación del ciclo económico que tuvo lugar en el curso de los años ochenta y de los primeros noventa. Según Marazzi, dicha modificación descansó en la acción de fuerzas reestructurantes que “trabajaron” más allá de la racionalidad del ciclo económico mismo, produciendo modificaciones subterráneas que tenían como principal objetivo la reducción de los costes del trabajo. Los empresarios, considerando el peso de las cargas sociales como lastre responsable de un coste excesivo del trabajo, iniciaron un intenso proceso de externalización productiva a través de la subcontratación (*outsourcing*). Como resultado de dicho proceso, se modificaron sustancialmente las condiciones de trabajo y de empleo, iniciándose un movimiento generalizado de precarización de las pautas de reproducción y de existencia de las fuerzas de trabajo que incidió de manera determinante en el conjunto de la sociedad. Para un análisis certero de las nefastas consecuencias concretas del desarrollo de la subcontratación en el mercado de trabajo de nuestro país y su relación directa con el aumento de la siniestralidad laboral puede consultarse Castillo (2004).

Liminalidad

El concepto de *liminalidad* implica una situación en un umbral o entre dos planos existenciales diferentes. El término es generalmente usado para hacer referencia a situaciones *in-between* y condiciones que se caracterizan por la dislocación de estructuras establecidas y de jerarquías (Thomassen, 2009). Por su parte, el concepto de *intersticio* define una hendidura o espacio que media entre dos cuerpos o entre dos partes de un mismo cuerpo (Real Academia de la Lengua

Española, 2001). Nosotros tomamos ambos conceptos de Homi Bhabha (1994), quien propone una “perspectiva intersticial” a la hora de analizar la constitución de las identidades culturales y nacionales. En su propuesta, dicha perspectiva reemplaza “la polaridad de una nación autogeneradora en sí misma y de manera extrínseca a otras naciones”, con la noción de “liminalidad cultural de carácter interno a la propia nación”. Según Bhabha, esa liminalidad interna pondría de manifiesto la centralidad que poseen las experiencias de hibridación en los fenómenos culturales.

Línea de universo

Jesús Ibáñez apunta que el matemático Hermann Minkowski fundió los conceptos de espacio y tiempo en el más general de “universo”, como el conjunto de todos los sucesos: dado un sistema de referencia, un suceso está determinado por tres coordenadas en el espacio y una coordenada en el tiempo, siendo la línea de universo el conjunto de las posiciones de un punto móvil respecto a ese sistema de cuatro dimensiones (Ibáñez, 1985). Ibáñez recoge el concepto de Minkowski y lo traduce en el campo sociológico para construir una categoría con la que dar cuenta de las trayectorias existenciales de las personas y los grupos desde la perspectiva de recorridos espacio-temporales determinados estructural y socialmente: “Podemos imaginar una ‘línea de universo’, que enlaza todos los puntos del espacio-tiempo que recorre a lo largo de su vida cada individuo humano, la ‘línea de universo’ de cada individuo está condicionada socialmente, la posibilidad de pasar por uno u otro punto del espacio en uno u otro momento del tiempo no es aleatoria, cada individuo está atrapado por su red de relaciones sociales, hay puntos del espacio-tiempo que nunca atravesará, en la medida en que está implicado en relaciones de exclusión, y en todo caso la probabilidad de atravesar uno u otro punto queda afectada por las relaciones que le clasifican” (Ibidem). Tomamos prestado de Ibáñez el concepto para dar cuenta del universo productivo y de sentido de los contenidos de ficción televisiva, dibujando un recorrido por las tres coordenadas que operan como eslabones espacio-

temporales del esquema básico de la producción de series de televisión: coordinada de la producción, coordinada del producto y coordinada de la recepción (y del público). Usando el concepto de ‘línea de universo’ tal y como Ibáñez lo propone, queremos apuntar el carácter socialmente determinado de toda actividad artística, así como la naturaleza social y la condición de “sujeto sujetado” (Ibáñez, 1994) del trabajador artístico. Retomaremos más adelante la lógica de este esquema explicativo de manera más pormenorizada para profundizar en las características del trabajo concreto de los escritores de televisión.

Lógica del don

El concepto de don define la acción de donar sin contrapartida aparente. Pese a que es visto como comportamiento desinteresado, genera una forma de lazo social en la que la persona que se ha beneficiado del don se ve sujeta a una cierta deuda cuya sanción requiere de la realización de un contra-don a cambio del don recibido. En cualquier caso, no se trata de un acto de intercambio de valores como la venta o el trueque, ya que el destinatario no está obligado a devolver el don y el valor de los dones no es tomado directamente en cuenta.

Según Marcel Mauss (2009), el don en tanto que acto social supone que la felicidad personal pasa por la felicidad de los demás. Según esta lógica, la vida material y moral, como el cambio, se conjuga bajo una forma «desinteresada» que a su vez es una figura obligatoria. Mauss compara estos esquemas de intercambio con los dados en la ceremonia del Potlatch, resaltando el honor como un factor trascendente dentro de los intercambios que se dan en este rito. “La obligación de devolver dignamente es imperativa. Se pierde la cara para siempre si no se devuelven o se destruyen los valores equivalentes”. Los dones ofrecidos bajo la ceremonia del Potlatch, llevan implícitas una virtud que obliga a que estos circulen bajo un esquema normativo que se compone de tres actos básicos: dar, recibir y devolver:

1. El acto fundador es un don en tanto que reconocimiento del alter ego: eso

que me pertenecía ahora te pertenece a ti.

2. El segundo acto comprende la aceptación del don: es lo que Mauss llama “la fuerza unifocadora del sí”, a partir de la cual el destinatario del don reconoce su valor mediante su propio uso.
3. El tercer acto elimina una diferencia de valor entre aquello que da el dador y aquello que recibe el destinatario que anula el valor material del intercambio para ctivar el valor social del mismo.

De esta forma, el don se basa en un valor de sociabilidad primaria: la reciprocidad.

Según Bronislaw Malinowski (1986), históricamente se pueden diferenciar tres tipos de relación don/contra-don:

1. El intercambio ritual
2. El intercambio intercomunitario
3. La marca de una distinción social: se trata de conseguir que se reconozca la primacía de uno mediante la competición en torno al don (Potlatch).

Un concepto que juega un papel fundamental en el desarrollo de Mauss a partir del fenómeno del don es el *hau*, considerado como el espíritu de los objetos (*tonga* y *uloa*). El *hau* nos hace ver cómo los dones u objetos recibidos tienen una propiedad activa ya que cuando alguien regala un objeto (*tonga*), la persona que recibe este obsequio «debe» dar algo en pago.

Tal y como apunta Jesús Ibáñez (1994b), “la lógica del don no ha sido abolida: permanece como complemento simbólico y como negación imaginaria de la lógica del intercambio. Como complemento simbólico, para manifestar los afectos: el valor de cambio no recubre todo el valor de uso; el uso de las cosas y la frecuentación de las personas deja huellas en ellas a las que se agarra nuestro afecto; la economía restringida –economía del intercambio recíproco- no recubre toda la economía, es un momento de una economía generalizada, el sol (dador supremo, del que los *dioses* –*diurnos* o solares- y los *reyes* –prótesis de sus *rayos*- no son más que pálidas metáforas o metonimias) derrama sobre nosotros sin contrapartida su energía. Como negación imaginaria, para ocultar los efectos: la lógica del intercambio es una lógica de la identidad, lógica cerrada que

produce un mundo sin cosas ni personas –sólo mercancías y roles sociales-: mediante el juego loco de los regalos fingimos la salida de ese mundo, que todo es como era y todos somos como éramos”.

Mercancía inmaterial

El valor de uso de la mercancía inmaterial está constituido por su contenido informacional. Constituye un tipo de mercancía que no se destruye en el acto de su consumo, sino que se estira hasta transformar y crear el medioambiente ideológico y cultural del consumidor: se trata de una mercancía activa (Corsani, Lazzarato y Negri, 1996). En este sentido, las mercancías de ficción televisiva operan como ejemplo paradigmático de la cualidad de las mercancías inmateriales. El contenido de un episodio de una serie de ficción televisiva puede ser reproducido muchas veces sin que por ello se tenga que proceder a la repetición física de las escenas que componen el episodio: sus historias, sus imágenes, su composición estética, sus formas de subjetivación y su contenido ideológico constituyen un *contenido virtual* que sólo se *actualiza* en el acto de su uso o su consumo mediante el visionado del episodio por parte del público. La posibilidad de reproducir la mercancía de ficción televisiva reside precisamente en su inmaterialidad y en su carácter virtual. De esta manera, se observa un paralelismo entre los contenidos de ficción televisiva y la *virtualización* del conocimiento. Tal y como apunta Rullani (2004), la posibilidad de organizar la reproducción (virtual) de la experiencia original nace de una característica de fondo del conocimiento: la naturaleza virtual de la diferencia útil identificada por el proceso mismo del conocer. Si la diferencia útil fuera solamente una diferencia real, inscrita en objetos o estructuras concretas, no existiría otra forma de reproducirla que rehacer un “segundo original”. Sin embargo, el conocimiento, como el contenido de ficción televisiva, circula y se reproduce no sólo más allá de la necesidad de realizar copias de un original, sino sin la necesidad de materializarse en objetos o estructuras físicas concretas. Exactamente igual ocurre con los contenidos de ficción televisiva mediante su digitalización y su

expansión en Internet: constituyen contenidos virtuales cuya materialización en bits no altera ni un ápice las propiedades de su carácter inmaterial e informacional. Como apunta Lévy (1995): lo virtual no sólo no opera en términos de distinción u oposición en relación a lo *real*, sino que forma parte de él. En este sentido, lo virtual, como las mercancías de ficción televisiva, constituye lo real visto en sus potencialidades, en sus variantes y dinámicas que superan y se escapan a lo *actual*. Prueba de ello es que una vez convertido en actual por su emisión televisiva, el episodio de una serie de televisión replica y se multiplica sin control por Internet, por cierto, sin que la cadena que lo ha emitido se vea despojada de su posesión del mismo y de su potestad para comercializarlo. De esta manera, la ficción televisiva como contenido informacional se presentaría como subjetividad en acto, cuyas características esenciales se deducirían de su condición maleable, mutable e hibridable, y su valor se acrecentaría en la medida en que circulara y se aproximara a una existencia viviente. En una lógica de este tipo, la información juega contra sus soportes, contra todo lo que la fija y la retiene. En este sentido, la multiplicidad de los usos potenciales de una misma mercancía, permite la multiplicación y el desarrollo ampliado de su destino, de igual manera que el infinito de las interpretaciones posibles del mismo mensaje está en la base de la intersubjetividad (Weissberg, 2001).

Lazzarato apunta de manera interesante que a diferencia de otros bienes y servicios, que reproducen la capacidad física de la fuerza de trabajo a través del consumo, la particularidad de las mercancías inmateriales es que transforman al propio consumidor (Lazzarato, 1997). Esto es así porque la subjetividad constituye el contenido fundamental de mercancías inmateriales como las series de ficción televisiva, por ejemplo. Desde este punto de vista, cabe señalar que tanto la materia prima como el contenido de la actividad de los guionistas y su producto son la subjetividad y el ecosistema ideológico en el que esa subjetividad vive y se reproduce. Tal y como se ha puesto de manifiesto en el desarrollo de nuestra investigación, el trabajo concreto de los guionistas de ficción televisiva tiene una naturaleza tautológica: puede resumirse en la proposición “producción

de subjetividad a través de la subjetividad”.

Montaje y edición electrónica

Se trata de una diferencia que va más allá de lo puramente semántico, pues el montaje se refiere a la obra fílmica y la edición a la videográfica. Se le denomina montaje porque en el proceso se realizan cortes físicos de las cintas y se van empalmando (montando) creando una sola unidad física. Para ello se utiliza la moviola, aparato en el que visionas las imágenes de la película, la detienes, marcas, cortas, empalmas, etcétera. El montaje, pues, es una manipulación física de la cinta. La edición, por el contrario, es una manipulación de las imágenes que se encuentran en una cinta de vídeo. No se manipula sobre el soporte físico. En la edición, se seleccionan determinadas imágenes y se copian en una cinta virgen, una detrás de otra (*edición lineal*) o siguiendo determinadas pautas (*edición no lineal*). Ésta última exige el uso de ordenador, digitalización de imágenes y software específico de edición. En la actualidad, cada vez se emplea menos el montaje físico de la cinta, la moviola. Casi todas las producciones cinematográficas se "repican" a vídeo y se editan con equipos de mayor o menor sofisticación, para luego, el resultado final, volver a convertirlo en una película mediante un proceso llamado *kinescopado*.

Fuente: <http://alturl.com/b6822>

Multimedia, transmedia, crossmedia

La narrativa *multimedia* hace referencia a una experiencia en la que la misma historia es contada usando diferentes medios.

La lógica *crossmedia*, por el contrario, implica que una misma historia es interpretada de manera independiente a través de diferentes medios. Si tomamos el ejemplo de los libros *El señor de los anillos* o *Harry Potters* y sus encarnaciones cinematográficas, observamos que el uso o consumo de la historia en uno de los medios puede aumentar nuestra comprensión de esa historia

contada a través de otro medio, pero cada interpretación por separado posee un carácter autosuficiente.

La dinámica *transmedia* añade un grado mayor de complejidad a la experiencia narrativa: se trata de múltiples historias que se articulan en un mismo universo narrativo y cada una de ellas es contada a través de diferentes medios y plataformas, de tal manera que las diversas historias se complementan para producir una narrativa global. El ejemplo más evidente es *The Matrix*, de los hermanos Wachowski, una propuesta narrativa que se despliega en una trilogía cinematográfica, en cómics y en la articulación de un verdadero mundo virtual como diferentes piezas que se complementan unas a otras para producir un mismo universo de sentido.

Para un acercamiento con mayor profundidad a este asunto se puede consultar: Jenkins, 2006 y 2011.

No-lugar

“Si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no lugar. La hipótesis aquí defendida es que la sobremodernidad es productora de no lugares, es decir, de espacios que no son en sí lugares antropológicos y que contrariamente a la modernidad baudeleriana, no integran los lugares antiguos” (Augè, 1993). “Así, al definir el lugar como un espacio en donde se pueden leer la identidad, la relación y la historia, propuse llamar no-lugares a los espacios donde esta lectura no era posible. Estos espacios, cada día más numerosos, son: los espacios de circulación: autopistas, áreas de servicios en las gasolineras, aeropuertos, vías aéreas...; Los espacios de consumo: super e hypermercados, cadenas hoteleras; Los espacios de la comunicación: pantallas, cables, ondas con apariencia a veces inmateriales. (...) Estos no-lugares se yuxtaponen, se encajan y por eso tienden a parecerse: los aeropuertos se parecen a los supermercados, miramos la televisión en los aviones, escuchamos las noticias llenando el depósito de nuestro coche en las

gasolineras que se parecen, cada vez más, también a los supermercados. Mi tarjeta de crédito me proporciona puntos que puedo convertir en billetes de avión, etcétera. (...) Los no-lugares, entonces, tienen una existencia empírica y algunos geógrafos, demógrafos, urbanistas o arquitectos describen la extensión urbana actual co-mo suscitando espacios que, si se retiene la definición que propuse, son verdaderos no-lugares” (Augè, 2007).

Norma de empleo fordista

Luis Enrique Alonso (2004) sintetiza a la perfección las características fundamentales de la norma de empleo fordista: “La carrera profesional (...) se presentaba como un trabajo continuo, a tiempo completo y de duración indefinida, un empleo de por vida con posibles cambios en las mismas condiciones de cualificación y contratación. El ciclo ideal comenzaría a partir del fin de los estudios escolares, que se declaraban de hecho como el fin de la formación formal efectiva. (...) El trabajo y el desarrollo de la carrera estaban así gestionados de manera fordista: la productividad estaba ligada a una parcelación de las tareas, a una separación de la concepción y de la ejecución de los procesos. La prioridad dada al instrumento sobre el individuo y los incrementos de productividad se acababan trasladando salarialmente a los mercados de consumo. (...) Un sistema de producción fundamentalmente cuantitativo exigía a la gran mayoría de los asalariados poca formación inicial y prácticamente ninguna formación permanente reglada (...) La antigüedad, ligada a la voluntad de fijar y estabilizar la trayectoria de la mano de obra, conservaba una importancia determinante en la gestión de los empleos, de las promociones y de los salarios. (...) Las actuaciones públicas y los estereotipos sociales construidos etiquetaban positivamente la unicidad, la estabilidad y el compromiso a largo plazo como modelo generalizado, tanto en la vida privada (amor, matrimonio, familia) como laboral (contrato, oficio, empresa). El tiempo se percibía, así, como una dimensión lineal y progresiva, con posibilidades de una cierta planificación y control «normalizado» según parámetros muy colectivos”. A tenor de los

elementos que hemos ido desvelando en nuestra investigación, la distancia de este modelo de empleo es enorme en relación a las biografías laborales de los guionistas de ficción televisiva en nuestros días y, en general, al conjunto del trabajo vivo actual.

Piratería

Corporaciones, instituciones y no pocos trabajadores cognitivos y artísticos han convenido en denominar la tendencia de los públicos al acceso no mercantil a los bienes culturales como “piratería”, que comunmente se equipara con robar o destruir los bienes ajenos. “Los editores frecuentemente se refieren a la copia ilegal como piratería. De esta forma, expresan de manera implícita que hacer copias ilegales es éticamente equiparable a atacar barcos en alta mar, secuestrar y asesinar a la gente que viaja en ellos. Si uno no cree que la copia ilegal sea como secuestrar y asesinar, quizá prefiera evitar la palabra “piratería” para describirla. Expresiones neutrales como ‘copia prohibida’ o ‘copia no autorizada’ pueden emplearse perfectamente en su lugar. Incluso algunos de nosotros podríamos preferir utilizar una expresión positiva como compartir información con tu vecino” (Stallman, 2002). Sin embargo, las copias privadas, las descargas en Internet de contenidos como las series de ficción televisiva y los préstamos públicos de libros, por ejemplo, ni responden a un ánimo de lucro, ni se oponen a los derechos de autor en cuanto ayudan a la difusión de las “obras”, contribuyendo incluso a su venta según ha quedado demostrado en numerosas ocasiones. La piratería gestionada por el crimen organizado, en cambio, es la contraparte extralegal de los excesos en la explotación de los derechos de autor por parte de los consorcios y corporaciones que hacen que el acceso a las “obras” protegidas sea artificialmente oneroso y para muchos prohibitivo.

Plurilingüismo

Según Bajtin (1978, 1986), el plurilingüismo consiste en la existencia de una

pluralidad de discursos que poseen forma en un mismo texto. Dicho fenómeno se vincula a la *heteroglosia*, la aparición de lenguajes diversos e independientes. Bajtín relaciona el desarrollo del plurilingüismo en literatura con el surgimiento de la novela. Tal y como apunta Lazzarato (2004), Bajtin señala que la creación diferencial de agenciamientos de enunciación está animada por fuerzas sociales y políticas que apuntan hacia la polifonía y la creación de nuevas posibilidades semánticas. A eso es, precisamente, a lo que el autor ruso denomina plurilingüismo. Sin embargo, las prácticas de la información y de la comunicación están constituidas por fuerzas que persiguen la unificación, la centralización, la homogeneización, la destrucción de la multiplicidad y de la heterogeneidad de las palabras, de las lenguas, de las semióticas, a lo que Bajtin llama *monolingüismo*. De esta manera, por monolingüismo y plurilingüismo hay que comprender dos formas diferentes de pensar y de actuar sobre la expresión de una misma lengua o de un mismo régimen de signos.

El medio televisivo, en sus desarrollos hegemónicos y más sistémicos, proscribire el plurilingüismo en favor de la producción de un monolingüismo que genera un discurso monocorde: *lo que se puede decir en televisión*. Esta dinámica interiorizada es observable en los contenidos de ficción televisiva en España, particularmente activos en la producción de consenso en su relación con la realidad social, así como volcados mayoritariamente en la reproducción de los discursos sociales dominantes.

Portfolio Career

El término inglés “portfolio career” significa textualmente “carrera de cartera” y hace referencia a una realidad laboral compuesta por múltiples empleos y trabajos part-time, temporales, de autoempleo o en régimen de freelance. A diferencia de las modalidades tradicionales de trabajo full-time, una “portfolio career” puede combinar diversos empleadores simultáneamente, así como añade una intensificación en términos de asunción de riesgo, flexibilidad, variedad y libertad potencial. Básicamente, con una dinámica profesional de este tipo, el

trabajador ya no desempeña un empleo con un único empleador, sino que desarrolla múltiples ocupaciones con múltiples empleadores, dentro de una misma profesión o combinando campos de actividad diferentes.

Preproducción/Producción/Postproducción

Se denomina *preproducción* a la etapa comprendida desde la concepción de la idea hasta el primer día de grabación o emisión al aire de un contenido audiovisual. El trabajo de pre-producción resulta fundamental para asegurar y determinar las condiciones óptimas de realización de todo proyecto televisivo. De hecho, es la fase más larga, tediosa y compleja de todo el proceso, debido a que aciertos o errores que sean obtenidos como producto de las decisiones tomadas durante esta etapa, repercutirán directamente sobre las etapas subsecuentes del proyecto (<http://alturl.com/gk66s>).

Si la fase de *preproducción* es la comprendida desde la concepción de la idea hasta el primer día de grabación o emisión al aire de un contenido audiovisual, se denomina *producción* a la fase subsiguiente, cuando el material filmico es creado a través de un rodaje. Por su parte la etapa de *postproducción* remite a las actividades productivas que tienen lugar con posterioridad a la fase de rodaje, comprendiendo tareas como el montaje y la edición, los arreglos de sonido y la introducción de músicas, las correcciones de color, etc.

Producción de sí y capital humano

Michel Foucault definió la gubernamentalidad liberal como la ligazón estructural del gobierno de un Estado con las técnicas de gobierno de sí por parte de los individuos en las sociedades occidentales. Se trata de un concepto utilizado fundamentalmente para describir una modalidad general y un conjunto de saberes y técnicas de poder que presuponen una necesaria distinción en relación a la idea de *soberanía*. El gobierno no constituye una aplicación inmediata del poder soberano, sino una condición esencial de su funcionamiento que tiende

directamente a la dirección de los individuos, las poblaciones y sus comportamientos. A partir del siglo XVIII, los métodos liberales de gobierno se constituyen como la estructura básica de la gubernamentalidad moderna y del desarrollo de una “biopolítica” o política centrada en la gestión y modulación de la vida de las poblaciones (Foucault, 2004), a partir de la idea de que la fuerza y la riqueza de un Estado depende de la salud de su población. Con el fin de producir y maximizar estándares de salud, se activaron métodos de gobierno biopolítico, bioproductivo y a favor de la vida, que requerían de la participación activa de cada uno de los individuos, lo que implicaba subrayar la importancia del *gobierno de sí mismo* (Foucault, 2005). Los dispositivos de gubernamentalidad comenzaron a incidir entonces en procesos de normalización social que subrayaban la necesidad de que las personas desarrollaran la conciencia de que el propio cuerpo dependía de condiciones existenciales e higiénicas que había que gestionar, a partir de una relación creativa y productiva con el propio cuerpo, es decir, consigo. Desde este punto de vista, la gubernamentalidad liberal no consiste tanto en la aplicación de medidas represivas, como en la socialización de una disciplina y un control de sí, desplazando el centro de las técnicas de gobierno desde la regulación exterior de los sujetos, hasta la regulación de las relaciones mediante las cuales los sujetos se constituyen a sí mismos. Sobre el desarrollo de la conciencia y el *cuidado de sí* descansa precisamente la categoría de *fuerza de trabajo*, puesto que es la conciencia del cuerpo como propiedad de sí que la gubernamentalidad liberal establece e inscribe en los trabajadores asalariados, junto a la desposesión de toda autonomía material, lo que hace de éstos un *cuerpo propio* que puede venderse en el mercado. La producción de sí es la base sobre la que pivotan tanto las políticas, como la ideología neoliberal. El constructo “capital humano” (Becker, 1993) encuentra precisamente en la noción de la producción de sí un hilo del que extrae sus implicaciones fundamentales: la idea de capital humano implica que el individuo es responsable de un capital que está representado por una fuerza de trabajo, una fracción infinitesimal del capital que el trabajador debe actualizar, valorizar y enriquecer permanentemente ganando competencias.

Las políticas neoliberales de privatización y desmantelamiento de los servicios públicos, las reformas de los regímenes de la Seguridad Social o los recortes continuados en las políticas sociales, inciden decisivamente en esta lógica: la disolución paulatina de los derechos sociales implica, entre otras cosas, la constitución de unos ciudadanos sin tutela y responsables por sí mismos de invertir y procurarse a través del mercado los servicios necesarios para la producción de sí mismos. Como hemos visto al abordar las formas y condiciones de vida de los escritores de ficción televisiva en nuestro país, hay una relación directa entre la lógica del capital humano y los procesos de precarización de la existencia del trabajo vivo en las sociedades actuales, así como una ligazón evidente con los procesos de financiarización de la economía y de la sociedad como dispositivo neoliberal de gobierno: la finanza es una máquina de guerra que transforma los derechos sociales en créditos, en seguros individuales, en rentas accionariales y en deuda permanente a través del ejercicio del crédito. “(...) Esta deuda infinita no es en primer lugar un dispositivo económico, sino una técnica securitaria para reducir la incertidumbre del tiempo y del comportamiento de los gobernados. Conduciendo a los gobernados a prometer (liquidar su crédito), el capitalismo dispone por anticipado del futuro, porque las obligaciones de la deuda le permiten prever, calcular, medir y establecer equivalencias entre los comportamientos actuales y los comportamientos futuros. Existen efectos de poder de la deuda sobre la subjetividad (culpabilidad y responsabilidad) que le permiten al capitalismo tirar un puente entre el presente y el futuro” (Lazzarato, 2008b).

Fumagalli (2007) también aporta una mirada interesante a la cuestión del capital humano, señalando que el desarrollo del capitalismo cognitivo implica que la centralidad de la relación entre fuerza de trabajo y máquinas, clave en la producción industrial clásica, se traslada a la relación entre mente y cuerpo, entre cerebro y corazón, describiendo un viaje hacia el interior del ser humano. Precisamente por ello, la productividad de los cuerpos y el valor de los afectos constituyen elementos absolutamente relevantes que se ponen de manifiesto en tres de los aspectos que resultan vitales para el desarrollo del capitalismo

cognitivo: el trabajo de comunicación de la producción industrial, cada vez más conectado a las redes de información; el trabajo de interacción del análisis simbólico y de la resolución de problemas; y el trabajo de producción y de manipulación de los afectos y de los imaginarios (Fumagalli, 2007). Este último aspecto, con su focalización sobre la productividad de lo corporal y lo somático, constituye un elemento extremadamente importante en el desarrollo de una lógica económica centrada en la capitalización del cuerpo y de la vida. La producción y la manipulación de afectos y de imaginarios son, precisamente, las actividades fundamentales implicadas en el trabajo de los escritores de ficción televisiva.

Sobre el gobierno y el cuidado de sí en los actuales escenarios productivos puede consultarse Lorey (2006) y Lara y Álvarez (2009).

Product Placement

La *publicidad por emplazamiento* o *product placement* (también conocido como publicidad indirecta o simplemente *placement*) es una técnica publicitaria que no aparece como publicidad expresa y, sin mencionar directamente los productos, utiliza marcas, símbolos u otros rasgos distintivos de los mismos productos o de empresas encargadas de vender éstos en un mismo contexto que se desarrolle un espacio no publicitario. Se utiliza por lo general en medios de comunicación audiovisuales como programas y series de televisión, telenovelas, videos musicales, cine, *reality shows* y videojuegos entre otros. Existen 2 tipos de publicidad indirecta: activa (el personaje hace alusión directa al producto o servicio y destaca características o bondades de este. Se presenta por lo general en programas de televisión, *reality shows*, y rara vez en el cine) y pasiva (aunque el personaje no interactúa con el producto, este está presente en el entorno y hasta en el contexto. Se presenta por lo general en series de televisión, cine, videojuegos, videos musicales y *reality shows*). El product placement nació con el propósito de contrarrestar el zapping y, a diferencia de la publicidad tradicional, se ubica dentro del contexto en el cual se desarrolla el programa o

entorno en el cual está inmerso el usuario o potencial cliente, promocionando el producto en un momento de atención del cliente. Intenta interrelacionar la marca con la cotidianeidad del contexto, además de asociarla con la personalidad de quien interactúa con ella para producir una "identificación" entre la marca y el actor o presentador. Esta técnica se hizo popular en la película *El show de Truman*, donde mientras el protagonista desayunaba mencionaba las cualidades y bondades de una bebida. Ejemplos de esta técnica publicitaria aparecen en las series de televisión. Por lo general cuando se come en una mesa los actores interactúan con los mismos productos y los consumen, mostrando las "bondades" de este, pero pretendiendo no hacer notoria la mención al producto.

Productividad

La Organización Mundial del Trabajo (OIT) define textualmente la productividad como “la relación entre la producción obtenida y los recursos utilizados para obtenerla” o, más sencillamente, como la “relación entre producción e insumo” (Kanawaty, 1996), es decir, como la relación entre el proceso de trabajo y el conjunto de bienes y recursos empleados en la producción de otros bienes.

Philippe Zarifian (2003) propone una visión de la productividad del trabajo que se inspira en Gilles Deleuze y su análisis del problema de la expresión en Spinoza. Según Zarifian existen tres órdenes diferentes de la productividad: *lo expresado*, entendido como los efectos útiles a producir; *lo que expresa* o “*lo expresando*” (en francés *l’exprimant*), entendido como “la potencia en potencia a la potencia del acto” y *la expresión*, como la síntesis de todos los tiempos de trabajo o la síntesis narrativa de la producción. El interés patronal sobre la actividad de los escritores de ficción televisiva se centra cada vez más sólo en lo expresado a través de una intervención únicamente en torno al resultado de su actividad, es decir, al valor de uso del producto de su trabajo, prescindiendo de las condiciones del que expresa (*l’exprimant*) y de la expresión de la producción como conjunto de circunstancias y elementos de la organización y la gestión del

trabajo de escritura.

Propiedad como control

El concepto tradicional de propiedad se ha conformado en torno a la propiedad de la tierra y de los objetos materiales (edificios, equipos, materias primas, bienes de consumo, etc.). Se trata por tanto de una propiedad individual, que lleva consigo el derecho de excluir a los otros del disfrute del bien en cuestión. En un contexto de este tipo, la distribución de la riqueza y la división en clases sociales se definen sobre la base de las “dotaciones” propietarias, en los términos de los recursos materiales de los que dispone cada uno. Desde el momento en que los recursos que constituyen las dotaciones de partida que originan el intercambio económico son físicamente finitas y medibles, el intercambio económico implica el pasaje de los derechos de propiedad (Fumagalli, 2007). A partir de esta concepción clásica de la propiedad, se entiende que el propio concepto de propiedad lleva implícito el principio de que sólo resulta posible ser propietario de algo que sea material. La emergencia de una nueva cualidad de mercancías y bienes que se caracterizan por su naturaleza eminentemente inmaterial no sólo provoca que dichos bienes inmateriales tengan dificultades para sujetarse a los cánones convencionales de la propiedad, sino que implica al mismo tiempo que la propiedad se convierta inmediatamente en un artificio que funciona como dispositivo directo de control social. Cuando la naturaleza inmaterial e informacional de las nuevas mercancías conlleva que el disfrute y la propiedad sobre las mismas no excluye el disfrute y la propiedad de otras personas sobre exactamente las mismas mercancías, puesto que los bienes inmateriales e informacionales resultan replicables y multiplicables, la propiedad se presenta abiertamente como artificio arbitrario para el control del acceso social a dichos bienes.

La constitución de la propiedad en control se puso precisamente de manifiesto en España en el proyecto de *Ley de Economía Sostenible*, conocido como LES, una iniciativa legislativa aprobada en Consejo de Ministros el 27 de noviembre de

2009. Su disposición final segunda, también conocida como *Ley Sinde* y *Ley Biden-Sinde*, relativa a la regulación de webs y a la protección de la propiedad intelectual, ha constituido la primera constatación legislativa de la relación entre propiedad intelectual y control social, al focalizar su sentido y la lógica de su actuación en un ejercicio represivo de regulación de los usos sociales de Internet. La ley preveía la creación de una comisión (Comisión de Propiedad Intelectual) dependiente del Ministerio de Cultura, con plenas facultades para cerrar websites y criminalizar el flujo comunicativo en la red. Además, la ley introducía conceptos como los de "ánimo de lucro indirecto" o "pretensión de causar daño", lo que suponía la creación de un aparato jurídico para perseguir a las personas que descargan y comparten contenidos de Internet. El conocimiento público de la Ley de Economía Sostenible provocó una revuelta en Internet como nunca antes se había dado. Pese a que su disposición final segunda quedó suspendida en un primer momento por falta de consenso entre los miembros del gobierno, en aquel momento presidido por Rodríguez Zapatero, el Partido Popular promulgó en 2012 el denominado Real Decreto del relamento de la Ley Sinde, que recogía los principios fundamentales de la misma, así como establecía la creación de una Comisión de Propiedad Intelectual como órgano de control y vigilancia de los usos y los comportamiento sociales en la red. Esta comisión comenzó a funcionar en marzo de 2012.

Para más información sobre la ley se puede consultar: <http://alturl.com/f3gxb>. Los abogados Javier de la Cueva y David Bravo ofrecen dos buenos análisis de la medida legislativa en <http://alturl.com/ehf9i> y <http://alturl.com/28j9k>, respectivamente.

Propiedad intelectual

Según la Wikipedia, la propiedad intelectual supone el reconocimiento de un derecho particular en favor de un autor u otros titulares de derechos, sobre las obras del intelecto humano. En los términos de la Declaración Mundial sobre la Propiedad Intelectual, votada por la Comisión Asesora de las políticas de la

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), el 26 de junio del año 2000, es entendida similarmente como "cualquier propiedad que, de común acuerdo, se considere de naturaleza intelectual y merecedora de protección, incluidas las invenciones científicas y tecnológicas, las producciones literarias o artísticas, las marcas y los identificadores, los dibujos y modelos industriales y las indicaciones geográficas". La propiedad intelectual es un derecho patrimonial de carácter exclusivo que otorga el Estado por un tiempo determinado para usar o explotar en forma industrial y comercial las invenciones o innovaciones, tales como un producto técnicamente nuevo, una mejora a una máquina o aparato, un diseño original para hacer más útil o atractivo un producto o un proceso de fabricación novedoso; también tiene que ver con la capacidad creativa de la mente: las invenciones, las obras literarias y artísticas, los símbolos, los nombres, las imágenes y privilegios. El titular de la propiedad intelectual tiene la facultad para evitar que cualquier persona tenga acceso o haga uso de su propiedad sin su consentimiento. La propiedad intelectual se clasifica en dos categorías:

1. Propiedad industrial: el derecho exclusivo para usar o explotar en forma industrial y comercial las invenciones o innovaciones de aplicación industrial o indicaciones comerciales que realizan individuos o empresas para distinguir sus productos o servicios ante la clientela en el mercado. Esta incluye las invenciones, marcas, patentes, dibujos y modelos industriales, así como indicaciones geográficas de origen.
2. Derechos de autor: el reconocimiento que hace el Estado a favor de todo autor de obras literarias y artísticas, en virtud del cual otorga su protección para que éste goce de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial. Los privilegios del primer tipo integran el llamado derecho moral, mientras que los del segundo tipo conforman el denominado derecho patrimonial. En España se conoce como "Ley de la Propiedad Intelectual" a lo que los ordenamientos jurídicos denominan derecho de autor. La vigente Ley de Propiedad Intelectual (LPI) data de 11 de noviembre de 1987. Tras algunas reformas y la aprobación de varias leyes especiales, en 1996 se llevó a cabo, mediante el Real Decreto

Legislativo 1/1996, una refundición que ya ha sido objeto de modificaciones posteriores por la Ley 5/1998 y las Leyes 19 y 23/2006.

Más allá de la industria televisiva y del caso que nos ocupa, los límites de la propiedad intelectual están implícitos en su propio concepto. Pese a que la mayoría de las legislaciones del mundo reconoce un derecho de propiedad a los autores o titulares de derechos sobre obras del intelecto humano, el concepto de propiedad intelectual es una generalización tan basta y simplista que termina por ser confusa y a veces perniciosa, no sólo porque equipara la propiedad intelectual con cualquier otra forma de propiedad (por ejemplo, de objetos físicos o extensiones de tierra), sino porque en aras de un núcleo común más bien exiguo entre legislaciones cercanas pero muy distintas, enmascara la disparidad entre los derechos de autor, las patentes y las marcas, cuyas leyes se originaron de forma separada y con intereses diferentes. A fin de evitar los entuertos, distorsiones y abusos que dicha noción acarrea, algunos autores, entre ellos Stallman (2004), proponen que no se utilice en absoluto y que se busque un nuevo nombre para la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual), fundada en 1967 y formalmente parte de la ONU. La denominada “Declaración de Ginebra sobre el futuro de la OMPI”, suscrita por organizaciones no gubernamentales, científicos, académicos y otros agentes sociales, demanda que la comunidad internacional se replantee los objetivos y los mecanismos de reconocimiento del control y el monopolio sobre las diferentes formas de conocimiento. Uno de sus planteamientos fundamentales es la necesidad de creación de una Organización Mundial de la Riqueza Intelectual (OMRI), dedicada a la búsqueda y promoción de nuevas e imaginativas formas de fomento de la producción y la distribución del conocimiento. Se puede consultar la declaración aquí: <http://alturl.com/7rn8w>

Puesto de trabajo

La incorporación del capital fijo en el propio cuerpo del escritor televisivo se relaciona con una deslocalización física y temporal de la actividad laboral: el guionista trabaja en cualquier parte y a cualquier hora. Aunque un escritor tenga

un empleo, puede carecer por entero de un puesto de trabajo, desarrollando su actividad en diferentes localizaciones del espacio urbano (casa, biblioteca, cafetería, etc.). Esta nueva cualidad de la prestación laboral está conllevando una mutación léxica que está afectando al concepto mismo de “puesto de trabajo”. Hasta ahora, dicho concepto poseía un carácter polisémico en los imaginarios colectivos, siendo sinónimo de “empleo” y, al mismo tiempo, nombrando tanto el lugar físico en el que se desarrollaba la actividad laboral, como la tarea concreta en la que se ocupaba el trabajador. Sin embargo, el desarrollo del trabajo cognitivo está eliminando tendencialmente el primer término de la ecuación y reduciendo el significado del concepto al segundo elemento: puesto de trabajo designa únicamente el lugar físico de trabajo. La disociación del empleo del puesto de trabajo conlleva un beneficio para el empleador y una mayor carga para el trabajador, que debe proporcionarse el lugar para el desarrollo de su actividad laboral. Desde hace pocos años resulta normal encontrar anuncios como este: “3 PUESTOS DE TRABAJO. Se ofrece espacio en estudio compartido con dos arquitectas y dos diseñadores jóvenes. Estudio amplio y luminoso con sala para reuniones y trabajos en grupo, sala de estar (con nevera y cocina), teléfono (llamadas nacionales gratuitas) y WiFi. Hay dos mesas libres y el precio son 150€ más gastos de luz, teléfono e internet (en total se pone en unos 175 al mes). Buscamos alguien joven y de buen rollo para compartir las horas de trabajo (es un estudio, no una oficina)...ah, y pedimos dos meses de fianza.” (<http://alturl.com/p2nji>). La práctica del llamado “coworking” (<http://alturl.com/ixj9m>), actividad laboral en espacios de trabajo compartidos, se está extendiendo entre los trabajadores cognitivos y *freelances* de nuestro país. La asociación entre trabajadores en torno a un espacio laboral compartido conlleva muchas veces implicaciones interesantes en términos cooperativos y comunitarios: el trabajo cognitivo encuentra una mínima base potencial desde la que articularse contra y más allá de la individualización general que le impone la dinámica de los actuales mercados laborales. Según un pequeño estudio elaborado en 2010 (Zea, 2010), ese año existían en España 34 centros de co-trabajo declarados públicamente como tales, 10 de los cuales se concentraban en

la Comunidad de Madrid y 9 en Cataluña; el 20% de los mismos ofrecía menos de 10 puestos de trabajo, el 38% de 10 a 20 y el 42% más de 20 puestos; el 90% de los centros de co-trabajo estaba sujeto a un régimen de alquiler del inmueble que ocupaban; el 78% de los mismos llevaban en funcionamiento menos de 1 año, el 13% estaba activo desde hacía 2 ó 3 años y tan sólo el 7% llevaba operativo más de 3 años. Un dato interesante es que tan sólo un 19% de los centros estaba regido por los propios trabajadores que lo utilizaban, mientras que un 81% de los mismo tenía un propietario, lo que indica que el co-trabajo no sólo representa una oportunidad de alianza comunitaria y cooperativa entre trabajadores, sino una fuente de negocio para empresas de servicio que están surgiendo en torno a las necesidades de infraestructura de los profesionales cognitivos y a la mercantilización de la oferta de espacios de co-trabajo. En noviembre de 2010 la ciudad de Bruselas acogió *Coworking Europe 2010*, la primera conferencia europea sobre co-trabajo (<http://coworkingeu.wordpress.com/>), que reunió a profesionales cognitivos implicados o interesados en el mismo de Europa y Estados Unidos.

Reality Show

Se trata del apelativo en inglés que corresponde a los programas de *telerrealidad*, un género televisivo en el cual se muestra lo que le ocurre a *personas reales*, en contraposición con las emisiones de ficción donde se muestra lo que le ocurre a *personajes ficticios* (personajes interpretados por actores, de ahí, su efecto de realidad). No obstante, la distinción entre realidad, ficción e interpretación no están definida de manera neta: muchos programas de telerrealidad guionizan sus historias y construyen sus personajes, unas veces usando para la intepretación a actores y actrices, otras a personas reales que encarnan papeles.

Existen tres tipos fundamentales de formatos de telerrealidad:

- *Observador pasivo*: la cámara observa pasivamente las actitudes de una persona o de un grupo de personas.
- *Observador o cámara escondida*: la cámara observa a personas

que ignoran que son filmadas. Suele utilizarse en programas que hacen bromas o enfrentan a la gente a situaciones inverosímiles, y filman sus reacciones para entretener a su audiencia.

- *Concurso de telerrealidad*: en este tipo de emisiones un grupo de personas en un ambiente cerrado compiten por un premio, mientras son observados de forma continua por las cámaras.

A partir de estos formatos podemos señalar tres cualidades comunes de los *programas de telerrealidad*:

1. Los universos que recrean no pueden incluirse estrictamente dentro de las categorías de *realidad* y de *ficción*: los *reality shows* son espacios de *hiperrealidad televisiva*, es decir, productos audiovisuales en los que realidad y fantasía hibridan siguiendo generalmente una lógica de falsedad auténtica (Eco, 1990) o de simulación de algo que en realidad nunca existió (Baudrillard, 1978).
2. Las acciones de los personajes invitados suele basarse en mostrar públicamente hechos relacionados con su vida privada: publicitar la vida privada y exhibir los espacios de lo íntimo constituyen ejes fundamentales de la telerrealidad.
3. El desarrollo y producción de los formatos reality show exige generalmente la colaboración de personas no profesionales del medio y la puesta a trabajar de los públicos. El espectador deviene sujeto activo de los enunciados y la interactividad con el medio televisivo se constituye en la base de la viabilidad de dichos formatos

(<http://es.wikipedia.org/wiki/Hiperrealidad>)

Redifusión

La redifusión es la distribución de contenidos informativos o lúdicos de un emisor original por otro, que adquiere los derechos mediante un contrato o licencia. Esta transmisión puede llevarse a cabo en cualquier medio de

comunicación. Tal y como hemos visto con anterioridad, una productora de televisión normalmente realiza sus programas merced a un contrato previo con alguna cadena, que se reserva en exclusiva sus derechos de emisión. Sin embargo, una vez agotado el primer contrato, normalmente se intentan obtener nuevos beneficios mediante su licencia a otras cadenas de televisión que cubran nuevos mercados o áreas geográficas. Este proceso se llama redifusión televisiva y ha permitido la popularización mundial de muchas series míticas inicialmente creadas para un mercado muy concreto, como las emisoras estadounidenses de televisión por cable. Muchas veces se utiliza la palabra *sindicación* como sinónimo de redifusión. Dicha palabra designa literalmente el acto o al efecto de sindicarse. Empleada en el contexto de los medios de comunicación, constituye un calco incorrecto del término inglés *syndication*, empleada para referirse al sistema de notificación y actualización compartida de contenidos. (<http://alturl.com/zvhow>)

Régimen de acumulación y modo de acumulación

Tomamos los conceptos de *régimen de acumulación* y de *modo de regulación* de la Escuela de la Regulación francesa, a partir de las definiciones implícitas en los análisis de Aglietta (1976) y de Boyer (2004). Desde este punto de vista, las cualidades de una forma dada de capitalismo vienen determinadas por las diversas formas institucionales que caracterizan su organización social: la forma de la competencia; la forma en la que se desarrollan la política monetaria y la financiación de la economía; la forma de la intervención económica y social del Estado; la forma de la relación salarial; y la forma de la inserción en la economía mundial, es decir, la manera en la que se dan las relaciones comerciales, financieras y monetarias entre los diferentes países. El modo de regulación sería el conjunto de mecanismos que posibilitarían que estas diferentes formas, a priori independientes, constituyan un sistema, mientras que el régimen de acumulación remitiría a los mecanismos que permiten la persecución del crecimiento económico. De manera general, podemos decir que el modo de regulación

designa los procedimientos, las formas y las normas que permiten la reproducción de las relaciones sociales fundamentales de una formación social dada, asegurando la compatibilidad de las anticipaciones y de los comportamientos individuales y colectivos con los principios de ajuste del conjunto del sistema. El régimen de acumulación, por su parte, remitiría a las condiciones macroeconómicas que permiten una cierta adecuación a largo plazo entre las transformaciones de las normas de producción y las normas de uso del producto social (Boismenu, Gravel y Loranger, 1995).

Relaciones de servicio

Esta conversión de las relaciones laborales en relaciones de servicio es pensable a través de la crisis del propio concepto de servicio y la apertura a la categoría de “relaciones de servicio”. Según Lazzarato y Negri (1996), este giro conceptual subraya el aspecto interactivo del servicio entendido como una relación social que revela relaciones subjetivas complejas que no sólo no pueden ser aprehendidas mediante una concepción del servicio como objeto, sino que además resultan imposibles de encerrar en estructuras normativas rígidas y esferas productivas particulares: cuando el servicio es considerado como relación, el paradigma productivo ligado al desarrollo del trabajo inmaterial y cognitivo encuentra en los servicios la pauta general de desarrollo de la producción, infiltrándose su racionalidad en el conjunto de las relaciones laborales y de las esferas productivas. Rolle (2005), siguiendo a Pierre Naville, ha asociado igualmente el desarrollo del fenómeno de los servicios con una mutación de las relaciones salariales: “No volvemos pues a relaciones anteriores al mundo salarial, sino que accedemos a formas de producción que ya están más allá de él. El trabajo y el producto ya no se miden el uno por el otro y, consecuentemente, resultan imposibles de caracterizar. (...) Las categorías y las relaciones de la economía salarial se ven trastocadas. Muchos no quieren ver en ello más que los efectos de una crisis pasajera a lo largo de la cual se instituyen regulaciones renovadas. Pero hay signos inquietantes que se multiplican y que

parecen indicar otro proceso bien distinto. (...) Las formas y las proporciones del salario, en gran medida, no se mantienen sino por medio de normas y, por lo tanto, desnaturalizadas. Así, la historia que vivimos no parece conducir hacia la abolición violenta de las relaciones salariales, es decir, a la afirmación del Estado y la preeminencia de lo político, sino a su disolución progresiva”.

Relación de servicio como relación de poder

Toda relación o interacción de servicio constituye una relación de poder (Gadrey, 1994). Desde este punto de vista, la categoría de coproducción puede contribuir a borrar la diferencia en las formas de participación del proveedor y del cliente en la relación: el primero trabaja para el segundo aunque ambos produzcan la relación. En este sentido, conviene resaltar que la dimensión del poder es central por el hecho mismo de tratarse de un servicio, es decir, de una relación orientada hacia un agente ajeno y en la que se ejerce una influencia recíproca. De manera más precisa, lo que apuntamos es que la relación de servicio no se definiría tanto por la naturaleza de su producto o de la modalidad de acción que pone en juego (inmaterial, inmediata y resultado de una relación, tal y como la economía clásica define los servicios en relación a los bienes industriales), como por el hecho de que ciertas personas se encuentran por la cualidad de su trabajo al servicio de otras, de manera que el poder resulta una dimensión inherente a las relaciones de servicio (Jeantet, 2003).

A este respecto es interesante la distinción que propone Thierry Coulet (1997) entre *relaciones de servicio verticales* y *relaciones de servicio horizontales*. Las primeras hacen referencia a aquellas que reproducen el esquema tradicional proveedor-cliente sobre la base de una relación de poder a favor del demandante del servicio (“el cliente siempre tiene la razón”). Las segundas conllevan relaciones de cooperación parciales y diversas entre empresas no ligadas por relaciones simples y estrictas proveedor-cliente, implicando en su desarrollo un nivel elevado de simetría entre los agentes. Profundizaremos en esta temática más adelante, cuando desgranemos las características de los procesos de trabajo

concreto de los escritores de ficción televisiva.

Renta de ciudadanía o bio-renta

“Por renta de ciudadanía se entiende la erogación de una suma monetaria de carácter regular y perpetuo en grado de garantizar una vida digna, independientemente de la prestación laboral efectuada. Dicha erogación debe tener dos características fundamentales: debe ser universal e incondicional, es decir, debe entrar en el terreno de los derechos humanos. En otras palabras, la renta de ciudadanía debe retribuir a todos los seres humanos de manera no discriminatoria (de sexo, raza, religión o renta). Para tener derecho a ella debe ser suficiente solamente con el hecho de ‘existir’. No debe depender de ninguna forma de vínculo o condición (por lo que no debe obligar a asumir tareas y/o comportamientos particulares)” (Fumagalli, 1999). Mientras que autores como Van Parijs o Raventós hacen bascular su propuesta de renta básica sobre principios éticos o filosóficos, ligados a la noción de libertad como autogobierno pleno o a la diferencia entre una libertad de carácter formal y una libertad real que requiere de una base material garantizada para su existencia, el caso de los escritores de ficción televisiva nos pone sobre la pista de un argumento que liga directamente la renta básica con la naturaleza y las características de la producción en los actuales circuitos del trabajo cognitivo. En este sentido, la naturaleza bioeconómica de la productividad del trabajo de los guionistas es la que se relaciona consecuentemente con la pertinencia de la hipótesis de una bio-renta.

Reproducibilidad técnica

Walter Benjamin analizó el desarrollo de la reproducción técnica de la obra de arte como el motor de relevantes mutaciones en la producción artística y en la recepción social de su producto (Benjamin, 2003). Según Benjamin, pese a que la obra de arte ha sido siempre reproducible, puesto que “lo que había sido hecho

por seres humanos podía siempre ser re-hecho o imitado por otros seres humanos”, su reproducción técnica supuso una novedad que se impuso a lo largo de la historia, con largos intervalos, pero con intensidad creciente. Desde el punto de vista de Benjamin, el primer paso significativo de la reproducción técnica fue la litografía, que posibilitó a la gráfica el acompañar a la vida cotidiana ofreciéndole ilustraciones de sí misma. El segundo paso relevante fue la fotografía: “con ésta, la mano fue descargada de las principales obligaciones artísticas dentro del proceso de reproducción de imágenes, obligaciones que cayeron entonces exclusivamente en el ojo”. El tercer paso fue el cine como dispositivo de reproducción automática de imágenes definible, más que como proceso de reproducción serial de la existencia singular y única de la obra de arte, como dispositivo que introdujo el movimiento y el tiempo en las imágenes. Dentro de las mutaciones implícitas en el desarrollo de la reproducción técnica de la obra de arte, Benjamin destaca el hecho de que la obra pierde cualquier trazo de autenticidad y cualquier carácter trascendente, dándose en su consumo una supremacía del valor de la exhibición y del entretenimiento frente al valor del ritual. Al mismo tiempo, el desarrollo de la reproducción técnica de las obras artísticas supone la conversión del autor en sujeto colectivo y la ruptura de la distancia entre autores y públicos, tal y como pone de manifiesto la cinematografía: “como sucede con la técnica del deporte, la técnica del cine implica que todo el que presencia los desempeños exhibidos por ella lo hace en calidad de semiexperto. (...) Con ello la distinción entre autor y público se encuentra a punto de perder su carácter fundamental; se convierte en una distinción funcional que se reparte en cada caso de una manera u otra. El lector está en todo momento listo para convertirse en alguien que escribe. El haberse vuelto experto, para bien o para mal, en un proceso de trabajo extremadamente especializado –aunque no lo fuera más que en una operación menor- le ha valido una entrada a la autoría. El trabajo mismo toma la palabra” (Benjamin, 2003).

Riesgo y peligro

Ramón Ramos (2006) plantea siguiendo a Luhmann que existe una divergencia entre las categorías de riesgo y de peligro: “Cuando enfrentamos un riesgo o un peligro nos exponemos a sufrir un daño; es esto lo que hermana ambos conceptos. Lo que los diferencia, según Luhmann, es que mientras en el caso del riesgo los daños eventuales resultan del modo en que se ha actuado y son imputables a quien, obrando de una determinada manera, hubiera podido hacerlo de forma distinta, en el caso del peligro esos daños provienen de fuerzas o determinaciones del mundo exterior, independientes de nuestra voluntad, y cuyos efectos no se pueden imputar de forma significativa a la manera en que, en razón de decisiones, se haya actuado. (...) Siempre, y en todo caso en que las fronteras entre lo uno y lo otro se pueden trazar, lo propio de los peligros es que se sufren, mientras que lo característico de los riesgos es el hecho de que se adoptan”. Pese al punto de vista de Ramos y Luhman, los actuales escenarios existenciales y las formas de vida a ellos asociados ponen de manifiesto una marcada tendencia a la disolución de las diferencias entre riesgo y peligro: la experiencia de la precariedad de la existencia impone una incertidumbre estructural que asimila el peligro y el riesgo como fenómenos que, al mismo tiempo que constituyen imposiciones o determinaciones exteriores, son agentes de una sujeción subjetiva del individuo mediante una dinámica de interiorización. Lejos de ser fruto de la decisión del sujeto, el riesgo supone el estado existencial permanente que imponen estructuralmente los procesos actuales de precarización de la existencia. Riesgo y peligro se hacen análogos, voluntad e imposición exterior se empatan. Tal y como ponen de manifiesto los escritores de ficción televisiva, el riesgo es la forma obligada de vida en un escenario social y profesional marcado por la adaptabilidad, el cambio constante, la permanente disponibilidad y la competitividad. El devenir empresario del trabajador como flujo de transferencia del riesgo del empleador a la fuerza de trabajo pone de manifiesto, precisamente, el carácter estructural, ajeno a la voluntad del trabajador, del riesgo. Toda la estrategia de control patronal del trabajo vivo pasa por la imposición del riesgo como condición y forma de vida: el riesgo es, a la vez, *estructura estructurada* y

estructura estructurante (Bourdieu, 1979a). Lejos de representar un acto de la voluntad de los individuos, el riesgo se constituye en su *socius* (Deleuze y Guattari, 1973): cuerpo complejo de la sociabilidad del guionista en las múltiples formas de interacción que componen su vida social, instancia básica de la sociabilidad y organismo resultante de la interacción social, desde sus formas más elementales hasta las más complejas. Una especie de máquina social como superficie en la que fluyen las fuerzas y los agentes de la producción de manera codificada, registrada, inscrita, regulada.

Sabio, mercader y guerrero

El diccionario define al mercader como la “persona que trata o comercia con géneros vendibles” (Real Academia de la Lengua Española, 2001). Franco Berardi plantea que el desarrollo del capitalismo puede ser analizado como la historia del conflicto y la alianza entre tres figuras fundamentales: el sabio, el mercader y el guerrero (Berardi, 2007). Este trío de figuras no sólo componen la metáfora de los agentes fundamentales de la historia del desarrollo capitalista según Berardi, sino que la relación entre ellos encarna la auténtica materialidad del presente: el trabajo cognitivo constituye la fuerza social y productiva fundamental que mueve el mundo, por lo que la actividad del capital se vuelca en la apropiación del conocimiento y en la conversión del mismo en fuerza de poder. Para ello, el mercader debe someter al sabio con la ayuda del guerrero. Por ello, según Berardi, el sabio debe reinventar sus formas políticas de fuga y su autonomía respecto de esa dinámica de dominio: los trabajadores cognitivos deben convertirse en *cognitariado*, una fuerza social capaz de liberar el conocimiento y restituir su naturaleza de máquina de multiplicación de los espacios de libertad.

Secuencias y localizaciones

Las secuencias son las unidades de espacio-tiempo que estructuran el proceso narrativo de un capítulo de una serie de ficción televisiva o de una película en el

campo de la cinematografía. Cuando en la acción que narra un guión se produce un cambio de espacio y de tiempo, se pasa de una secuencia a otra. Las preguntas a las que responde concretamente una secuencia en torno a la acción que recrea son: dónde sucede, cuándo sucede, qué sucede, qué personajes están.

La localización es la determinación del lugar o emplazamiento espacio-temporal en el que transcurre la acción. Suele encabezar la redacción de cada secuencia. Ejemplo: 02. CASA. INT/D (02= el número de secuencia; CASA= la ubicación física exacta; INT.= indica que se trata de una secuencia que sucede en un interior, en este caso de una casa; D= día, es decir, se trata de una acción de naturaleza diurna).

Sindicato Vertical

Sindicato Vertical era la denominación común y popular de la Organización Sindical Española, única organización sindical legal en España durante el franquismo. En 1940 el régimen franquista promulgó la *Ley de 26 de enero sobre Unidad Sindical*, que establecía que empresarios y trabajadores se integrarían en una única red de organizaciones sindicales estructurada por ramas de producción bajo el mando de *F.E.T. y de las J.O.N.S.* Cada una de esas organizaciones de rama se denominaba *Sindicato Nacional* y sus respectivas localizaciones geográficas recibían el apelativo de *Centrales Nacional-sindicalistas*. El conjunto de todo ello era la *Organización Nacional-Sindicalista* prevista por el *Fuero del Trabajo*, a partir de entonces llamada simplemente *Organización Sindical*. El Estado controlaba todo el sistema y con la *ley de Bases de la Organización Sindical de 6 de diciembre de 1940* establecía la afiliación obligatoria de todo trabajador y todo empresario. Para un análisis del Sindicato Vertical se puede consultar: Sánchez y Nicolás (1993), Babiano (1998), Sánchez (1999). Es importante señalar que los sindicatos verticales o amarillos, es decir, aquellas instituciones de organización y representación de los trabajadores que siendo creadas o controlados por los empleadores responden a los intereses de éstos, están expresamente prohibidas por el Derecho Internacional del Trabajo,

concretamente por el Convenio 98 sobre Derecho de Sindicación y Negociación Colectiva, uno de los principales convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (OIT, 1949).

Sociedad disciplinaria / Sociedad de control

Michel Foucault (1993, 2002 y 2003) propuso una dinámica diagramática para pensar en términos históricos el fenómeno del poder y sus relaciones. Desde esta perspectiva, un diagrama de poder aparece como la representación de la modalidad particular de relaciones de fuerza que se dan en un momento histórico y en una sociedad determinada. En este sentido, denominamos “sociedad disciplinaria” a un diagrama particular de poder sujeto a una racionalidad de corte disciplinario que busca la consecución de un “bienestar general” mediante la integración social y la re-adaptación de aquellos individuos y poblaciones que no logran ajustarse a los prámetros definidos de normalidad (Bruno y Luchtenberg, 2006). A partir de estas premisas, la sociedad disciplinaria se caracteriza por la centralidad de una distribución calculada del espacio y del tiempo de la vida social en base a segmentos y territorios parcializados y perfectamente diferenciados. El tiempo aparece en el paradigma disciplinario como una realidad medible, ordenable y con un sentido evolutivo. Se trata de un tiempo lineal que hace posible una previsibilidad sobre el futuro que permite una acción de proyección y planificación.

Una de las figuras fundamentales de las lógicas disciplinarias es el encierro. El desarrollo de la sociedad disciplinaria supone el despliegue de una relación de analogía entre diferentes espacios de encierro (familia, escuela, fábrica, hospital, manicomio, cuartel, etc.). La analogía entre las diversas coordenadas espacio-temporales de encierro no se encuentra tanto en los objetivos de cada institución, que son obviamente diferentes, como en la estructura de poder y en la forma del sistema de poder que materializan.

Taylorismo y fordismo constituyen la expresión histórica de este sistema de poder. La *forma-fábrica* sería el paradigma que corresponde al modelo social

disciplinario: la sociedad organizada en torno al trabajo productivo, de acuerdo con la ley del valor (la medida en tiempo del trabajo individual productivo), garantizándose la cohesión social mediante una espesa red de coerciones normativas como las antes citadas (López Petit, 1994).

De manera sintética, Hardt y Negri (2000) apuntan que: “La sociedad disciplinaria es aquella sociedad en la cual el comando social se construye a través de una difusa red de dispositivos o aparatos que producen y regulan costumbres, hábitos y prácticas productivas. La puesta en marcha de esta sociedad, asegurando la obediencia a sus reglas y a sus mecanismos de inclusión y / o exclusión, es lograda por medio de instituciones disciplinarias (la prisión, la fábrica, el asilo, el hospital, la universidad, la escuela, etc.) que estructuran el terreno social y presentan lógicas adecuadas a la ‘razón’ de la disciplina. El poder disciplinario gobierna, en efecto, estructurando los parámetros y límites del pensamiento y la práctica, sancionando y prescribiendo los comportamientos normales y / o desviados. Foucault se refiere habitualmente al Antiguo Régimen y a la era clásica de la civilización francesa para ilustrar la emergencia de la disciplinarietà, pero en general podemos decir que toda la primera fase de acumulación capitalista (en Europa y en cualquier otro lado) fue conducida bajo este paradigma del poder.”

Gilles Deleuze (1986 y 1990) propuso la idea de un pasaje desde una sociedad de tipo disciplinario hacia otra caracterizada por un ejercicio del comando que resulta inmanente al campo social y se diluye y distribuye en los cuerpos y las mentes de los ciudadanos. Siguiendo al novelista William Burroughs, Deleuze propuso el concepto de *control* como dispositivo analítico y descriptivo capaz de dar cuenta de las cualidades de esta nueva dinámica de dominio sobre lo social. A diferencia del modelo disciplinario, la sociedad de control impone una forma de biopoder por modulación, flexible, desterritorializado, capaz de penetrar a los individuos y convertirlos en repetidores del flujo de señal del poder. Los viejos equilibrios disciplinarios basados en la compartimentación de tiempos y espacios quedan relegados en favor de formas de vida social ancladas en una experiencia constante de precariedad, incertidumbre y contingencia en la que las

clasificaciones espacio-temporales propias de la sociedad-fábrica se descomponen e hibridan, generando un orden existencial permanentemente inestable e imprevisible. El trabajo se desterritorializa hasta el punto de confundirse con el conjunto de la vida y la norma salarial se disuelve en formas múltiples y cambiantes de constitución de la prestación laboral y la producción. A diferencia de las disciplinas y los espacios de encierro, la dominación propia del control tal posee un carácter difuso y deslocalizado que penetra desde dentro las formas sociales de subjetivación y las pautas de producción de sí de los individuos.

Sociología de las relaciones salariales

“El análisis del trabajo no puede, en ningún caso, restringirse a tomar únicamente en cuenta lo que ocurre en el interior de la esfera productiva” (Alaluf, 1986). Esta idea es una de las bases fundamentales de la llamada *Sociología de las relaciones salariales*, una propuesta de crítica a la sociología del trabajo desarrollada por algunos autores e investigadores como el mismo Alaluf; Rolle (2003); o García, Lago, Meseguer y Riesco (2005). Dicha propuesta investigadora desecha las situaciones concretas de trabajo como piedra angular de los análisis de la relación social llamada trabajo, subrayando una concepción de la acción recíproca de trabajadores y empleadores definida como una estructura económico-social dinámica que encadena temporalidades y ciclos específicos que implican al conjunto de las relaciones sociales. Desde este punto de vista, la socialización capitalista se presenta no como la producción de realidad social mediante la apropiación privada de las actividades, sino como subsunción de todas las condiciones de vida, el trabajo entre ellas, bajo las exigencias de la organización social capitalista configurada en relaciones de valor. Evidentemente, no es objeto de nuestro trabajo de investigación dar cuenta de una reflexión pormenorizada en torno a dicha perspectiva sociológica. No obstante, señalaremos que pese a que nuestra línea analítica se reconoce plenamente en la propuesta de un desplazamiento de la mirada sobre el trabajo al conjunto de la vida social, el

curso de nuestra investigación ha ido señalando límites de peso en el marco conceptual y analítico que propone la denominada Sociología de las relaciones salariales. Por citar algunos de los límites más significativos: 1) La centralidad otorgada a la relación salarial como clave explicativa de la relación de trabajo choca frontalmente con la crisis manifiesta de la relación salarial misma. 2) Su desprecio de los análisis del trabajo concreto, cuya cualidad en el caso de los ciclos de producción cognitiva resulta indisociable tanto de las formas de regulación de la relación de trabajo, como de las dinámicas formativas o de las propiedades de la fuerza de trabajo. 3) Su apego acrítico a dicotomías conceptuales clásicas de la economía política o del análisis marxista tradicional, como la distinción entre *producción* y *reproducción* o las diferencias entre *trabajo* y *no-trabajo* y entre *propietarios de los medios de producción* y *propietarios de la fuerza de trabajo*, por citar algunos ejemplos, obstruyen notablemente su capacidad analítica y explicativa de fenómenos sustanciales implicados en el desarrollo del trabajo cognitivo en nuestros días.

Talk Show

La traducción literal significa “espectáculo hablado”. Se trata de un programa televisivo que incluye formatos de entrevistas y de debate. Se denomina *late shows* a los contenidos de este tipo que se emiten en torno a la medianoche.

Gran parte de estos programas son participados por personas comunes y corrientes que no pertenecen al mundo de la televisión. Dichas personas son entrevistadas por un presentador con el fin de que den testimonio de experiencias personales que están viviendo o han vivido en algún momento de su vida. Suelen ser temas relacionados con problemas sociales, familiares o sexuales que consiguen captar la atención de los telespectadores porque interpelan a sus sentimientos y producen un efecto de identificación en los públicos.

En este tipo de programas, por tanto, hay un contacto inmediato entre el presentador y las personas invitadas. La lógica conversacional en la que se inserta la interacción entre ambas figuras es la del testimonio. Además, en

algunas ocasiones también intervienen especialistas en diversas áreas (psicólogos, abogados, sociólogos, etc.) que ofrecen una perspectiva más profesional sobre el tema tratado. Al mismo tiempo, tanto desde el mismo plató, como a través del teléfono o de Internet, los públicos pueden intervenir en la conversación ofreciendo sus opiniones y testimonios, así como validando o invalidando las posiciones de los diferentes invitados.

(http://es.wikipedia.org/wiki/Talk_show)

Trabajador socializado

Andrés Bilbao nos dejó un análisis extremadamente certero sobre el trabajo y los trabajadores contemporáneos: *El trabajador socializado* (Bilbao, 1988). En ese breve artículo, Bilbao desgrana perfectamente la cualidad del compromiso subjetivo del trabajador en los actuales escenarios laborales, así como las características básicas de la nueva dinámica del gobierno patronal sobre el trabajo: “El trabajador socializado se subordina al proceso de producción interiorizando íntegramente todas sus determinaciones. La interiorización no es un proceso simétrico a la imposición exterior. Esta supone la permanente intervención sobre el trabajador, que es su sujeto pasivo, que sólo cumple aquello que le transmite y es capaz de controlar esa instancia exterior. La interiorización produce la complicidad del sujeto. Este explora y pone en práctica por sí mismo las exigencias que determinan la lógica de la producción. La inspección y el control inmediato, la permanente instrucción del trabajador se hacen innecesarias. El trabajador asume como una suerte de imperativo categórico la disciplina del proceso de trabajo. Ya no es el trabajador hostil, al que hay que disciplinar exteriormente, sino por el contrario es el individuo conscientemente autodisciplinado. Existe un importante cambio respecto de la organización del trabajo prototípica del modelo fabril. Este se apoyaba en el disciplinamiento físico del trabajador. Tanto la clausura en un espacio escindido y diferenciado, como es la fábrica, así como el taylorismo como sistema de organización desde el exterior, del tiempo de trabajo, eran los elementos que vertebraban esta

organización. La reclusión y el taylorismo son ahora innecesarios tanto porque el trabajador socializado no puede cuestionar eficazmente la disciplina como por la interiorización de la disciplina exterior. La libertad –como conciencia de la necesidad- se materializa: el individuo rige su actuación en el proceso de producción, se autodisciplina. El individuo, el trabajador socializado, realiza aquello que efectivamente debe realizar, pero lo hace como si realizara aquello que efectivamente quiere realizar. Para el propio individuo no existe duda de esta coerción, para la conciencia ideológica que legitima el orden, esta coerción en la medida en que es omnipresente, no se ve, no existe y el individuo aparece como definitivamente libre” (Bilbao, 1988).

Trabajadores cognitivos

Rodríguez Gonzalez (2003) llama trabajadores mentales a lo que nosotros preferimos llamar *trabajadores cognitivos*, una población flotante de trabajo vivo que encuentra en el cerebro su medio de producción fundamental y en el conocimiento y las facultades mentales la materia prima básica de su actividad productiva. En el conjunto del trabajo mental podemos distinguir el trabajo propiamente cognitivo, en el que se desempeñan las energías intelectuales de manera creativa e inventiva, y un trabajo mental de mera ejecución y manejo mecánico de signos e informaciones. Desde este punto de vista, dentro del ciclo del trabajo cognitivo existirían *brain workers* (trabajadores cerebrales), que hacen un especial uso de sus facultades mentales o cognitivas, y *chain workers* (trabajadores de cadena), operarios de las grandes cadenas de distribución y de servicios estandarizados (Chainworkers, 2001).

Evidentemente, la actividad cognitiva ha estado siempre en la base de toda producción humana, hasta de la más mecánica. No hay trabajo humano que no requiera de un uso de la inteligencia. Sin embargo, en la actualidad la capacidad cognitiva representa la principal fuerza productiva del desarrollo económico. “En el trabajo industrial, la mente era puesta en marcha como automatismo repetitivo, como soporte fisiológico del movimiento muscular. Hoy la mente se encuentra

en el trabajo como innovación, como lenguaje y como relación comunicativa. La subsunción de la mente en el proceso de valorización capitalista comporta una auténtica transformación” (Berardi, 2003). “El conocimiento se ha convertido en la fuerza productiva principal en todo el mundo industrializado, la única capaz de producir valor y ventajas competitivas durables. No se trata del conocimiento clásico confinado en los santuarios de la ciencia, (...) de la universidad o de las academias de bellas artes. También el conocimiento se ha ‘democratizado’, entrando a formar parte del trabajo y de la vida cotidiana de cada uno. Es conocimiento aquel de quien aprende de la práctica, explora nuevas necesidades, suministra al mercado nuevas sugerencias o mensajes. Pero es también conocimiento aquel de la cadena que permite escuchar un CD musical en la casa de cada uno o que posibilita al fotógrafo capturar imágenes cautivadoras de la crónica real. Es conocimiento aquel que pone en juego el periodista para confeccionar las noticias, el empleado de banca para operar sobre la terminal de servicio a sus clientes, el operario de mantenimiento para reparar la máquina fotocopidora y la secretaria para responder al teléfono manejando con inteligencia problemas y sucesos imprevistos. El conocimiento es invasivo y penetrante: está por todas partes, constituyendo el armazón de las actividades de producción y de consumo en nuestros días” (Rullani, 2004).

Sujetar a las razones de la explotación las capacidades vitales de los seres humanos, fundamentalmente el *lenguaje* y la capacidad relacional de generar *conocimiento* a través de la dinámica de las relaciones sociales es la base del denominado *capitalismo cognitivo* (Azaïs, Corsani y Dieuaide, 2001; Vercellone 2006; Moulrier Boutang, 2002), un régimen de acumulación que descansa sobre la valorización capitalista de las capacidades cognitivas y relacionales de las personas. Desde este punto de vista, la noción de capitalismo cognitivo designa una forma histórica de capitalismo en la que la acumulación, es decir, la dinámica de transformación económica y social de la sociedad, se funda en la explotación sistemática del conocimiento y de la información. Esto significa que las inversiones más importantes son aquellas que llevan al crecimiento y la explotación del conocimiento, inscribiéndose en una lógica de doble captación:

por una parte, la obtención de beneficios provenientes de la posesión y la explotación de conocimientos; por otro lado, aquella que apunta sobre los factores y las fuentes de conocimiento, así como sobre los grupos o los actores que pueden jugar un papel importante en su producción y su circulación. En este sentido, la acumulación cognitiva conecta con elementos tan diversos como las competencias, las capacidades tecnológicas, las diferentes formas de implicación en las redes en las que circula el conocimiento o las medidas jurídicas e institucionales que determinan la forma de la producción, la valorización y la propiedad del conocimiento (Paulré, 2001). La premisa fundamental de este paradigma analítico del capitalismo actual es que el conocimiento no es ya un fenómeno exterior a lo económico, sino que constituye un factor absolutamente endógeno.

Los escritores de ficción televisiva se conectan paradigmáticamente tanto con las determinaciones asociadas a la figura del trabajador cognitivo, como con la cualidad del régimen de acumulación propio del capitalismo cognitivo. En primer lugar, porque la producción de riqueza asociada a los procesos de fabricación de contenidos de ficción televisiva no encuentra su piedra de toque en una producción de corte material, sino en elementos de inmaterialidad, mercancías intangibles, difícilmente medibles y cuantificables, que se derivan directamente de la puesta a trabajar de facultades relacionales, emocionales y cerebrales de los trabajadores. En segundo lugar, porque la escritura televisiva constituye una actividad asociada a una producción de riqueza de carácter cognitivo, es decir, basada en el empleo de aquellas facultades de la prestación laboral que vienen definidas por la actividad cognitiva y las actividades cerebrales de carácter inmaterial de los guionistas. La ficción televisiva es una mercancía eminentemente inmaterial cuyo contenido está constituido por la información, la subjetividad y las emociones que contienen los universos narrativos, los imaginarios y las representaciones de la realidad que propone a sus públicos. Al mismo tiempo, la escritura de contenidos de ficción para televisión constituye una actividad eminentemente cerebral e inmaterial. De ahí que ambas ofrezcan terrenos fecundos para el estudio y el análisis de los

fenómenos del trabajo y del capitalismo cognitivos.

Trabajo autónomo en España

Según datos de la Federación Nacional de Trabajadores Autónomos (ATA), en el año 2000 existían en España 2.583.572 trabajadores autónomos, cinco años más tarde había 2.953.079 y en 2009 la cifra era ya de 3.273.471 (ATA, 2005 y 2009). De manera tangencial, la importancia del crecimiento del trabajo autónomo puede ser medida en base a su impacto en las estrategias comerciales de sectores claves de la economía, como las telecomunicaciones o las entidades financieras: coincidiendo con la proliferación del trabajo autónomo se ha producido un crecimiento exponencial de los planes de negocio en telefonía móvil y en banca focalizados en los profesionales autónomos. Los bancos y las cajas de ahorro españolas han abierto en los últimos años áreas de negocio dedicadas específicamente a dichos trabajadores, donde los productos más demandados y ofertados son el préstamo y la póliza de crédito, dos opciones que aportan una inyección de liquidez inmediata al solicitante (Recio 2007). Los operadores de telecomunicaciones, por su parte, cuentan con planes ajustados a la singularidad de unos trabajadores cuyo perfil de consumo de telefonía móvil es en torno a un 20-25% superior al cliente particular medio y observan una penetración del uso de dicha modalidad de comunicación superior al 90% (Vodafone, 2003). La importancia de ambos espacios de negocio radica en su peso cualitativo en la estructura y el desarrollo de la vida productiva de los trabajadores autónomos: comunicación y obtención de renta constituyen dos de los nodos básicos de su desarrollo profesional, en un contexto en el que la contingencia laboral y la incertidumbre en el ingreso configuran una precariedad existencial generalizada. El caso de la telefonía móvil es particularmente significativo. Según la compañía Vodafone, los trabajadores autónomos “utilizan el móvil tanto para temas personales como profesionales. Siempre lo llevan encendido para no perder ninguna oportunidad de negocio” (Vodafone, 2003). En este sentido, Franco Berardi apunta que el tiempo de vida ha ido

transformándose cada vez más en tiempo de trabajo con el desarrollo de las tecnologías de comunicación digital y de Internet, que han generado condiciones de interdependencia generalizada. El teléfono móvil o celular ha reemplazado a la cadena de montaje en la organización del trabajo: el trabajador debe estar disponible ininterrumpidamente. La vida en su conjunto se convierte para el trabajador autónomo en tiempo de trabajo celularizado, una nueva forma de servidumbre en la que nadie puede ya disponer libremente del propio tiempo y que, pese a no estar establecido formalmente por la ley, se encuentra rigurosamente incorporado a los automatismos tecnológicos, psíquicos y comunicativos (Berardi, 2007). La celularización de los profesionales autónomos se relaciona directamente con una colonización del tiempo de vida por el trabajo que incluye jornadas formales de trabajo especialmente extensas: según la Encuesta de Población Activa (EPA) del segundo trimestre de 2010, los autónomos trabajan en nuestro país 45,5 horas a la semana, frente al promedio de 38,6 del resto de los trabajadores. España es el país de la Unión Europea (UE) en que se trabaja más: 1.775 horas al año por trabajador, unas 200 horas anuales más que en el resto de la UE (Amigot, 2010). Existe una relación directa entre aumento del tiempo de trabajo y caída continua del poder adquisitivo de los salarios: el salario medio real de los españoles perdió el 4% de su poder adquisitivo en la década que va desde 1995 a 2005 (Rizzi, 2007), mientras que las rentas del trabajo pasaron del 72% al 61% de la renta nacional total en el periodo que va de 1992 a 2005 (Navarro, 2009). Cuanto menor es el ingreso, mayor es el tiempo de trabajo necesario para asegurarse la subsistencia.

Trabajo como mediación social

Siguiendo a Marx, Postone (1993) argumenta que el trabajo en el capitalismo desempeña un papel históricamente único como mediador de las relaciones sociales, indicando que la producción en el capitalismo no es un mero proceso técnico, sino que se relaciona inextricablemente con las relaciones sociales básicas de esa sociedad y es moldeada por ellas. Desde este punto de vista, el

trabajo en el capitalismo es directamente social porque actúa como una actividad de mediación social. Esta cualidad social, que es históricamente única, sería la que distinguiría al trabajo en el capitalismo del trabajo en otras sociedades. A partir de esta premisa, Postone mantiene, citando a Marx, que la forma mercancía determina la formación social capitalista como un sistema de relaciones sociales caracterizado por la *independencia personal* en el marco de un sistema de *dependencias objetivas*. De esta manera, el capitalismo aparece como un sistema de dominación abstracta e impersonal en el que las personas aparentan ser independientes pero, de hecho, se encuentran sujetas a una dinámica de sometimiento social que no parece social, sino que presenta una apariencia objetiva. En el caso concreto de los trabajadores autónomos del guión televisivo, el trabajo sigue apareciendo como una condición objetiva e irrenunciable para su reproducción. Es, por tanto, una forma objetiva de dependencia que inhabilita todo intento de independencia estructural asociado al trabajo por cuenta propia. La independencia relativa conquistada por el escritor de ficción televisiva sujeto al estatuto de trabajador autónomo tiene un carácter meramente formal y se circunscribe la mayoría de las veces al ámbito de su trabajo concreto, interviniendo estricta y únicamente en la organización de su actividad productiva, sin alcanzar nunca a alterar la dimensión abstracta del trabajo ni, por ello, a erosionar la condición de mediación social obligatoria del mismo.

Trabajo vivo

Con el término *trabajo pasado* Marx hace referencia al trabajo materializado en los medios de producción y en los artículos de consumo. El *trabajo vivo*, por su parte, es la fuerza de trabajo en acción, el gasto productivo de energía mental y física del trabajador (Борисов, Жамин и Макарова, 1972). El trabajo vivo, junto con los medios de producción, constituye una condición necesaria del proceso productivo. Crea nuevos productos y constantemente se materializa en ellos. En el proceso de la creación del producto el trabajo vivo se une al trabajo pasado, también denominado por Marx como *trabajo muerto u objetivado*. "La única

cosa distinta del trabajo *objetivado* es el trabajo *no-objetivado*, trabajo que está todavía objetivándose, trabajo como subjetividad. O el trabajo *objetivado*, por ejemplo, trabajo que está *presente en el espacio*, también puede ser contrapuesto, como *trabajo pasado*, al trabajo que está *presente en el tiempo*. Si esto debe estar presente en el tiempo, *vivo*, entonces puede estar presente sólo como el *sujeto viviente*, en el que éste existe como capacidad, como posibilidad, ergo como *trabajador*" (Marx, 1997). Si el concepto de fuerza de trabajo nombra una capacidad que es consumida como mercancía por el capitalista y que, en esa medida, opera como función y fuerza productiva del capital, la categoría de trabajo vivo, en tanto que sujeto viviente no objetivado y subjetividad, puede ser construida más allá de la condición de fuerza productiva dependiente del nivel de desarrollo capitalista, como capacidad y fuerza potencialmente autónoma. En este sentido, el uso de la categoría de trabajo vivo puede representar una apuesta epistemológica por un campo extenso de análisis en el que las capacidades sociales de innovación y de creación exceden los procesos de conversión de las mismas a fuerzas productivas sujetas y determinadas por la relación de capital (Panzieri, 1964). Ese es el sentido del uso de la categoría que hacemos en este trabajo de investigación: subrayar el potencial carácter excedente inscrito en la figura del trabajador, más allá de su condición de fuerza de trabajo, y la posibilidad de autonomía en sus articulaciones subjetivas, más allá de la relación de capital. Tal y como apunta Lazzarato (1997), una de las particularidades de la metodología propuesta por Marx consiste en el hecho de que sus categorías aprehenden al mismo tiempo la objetividad de la producción y la subjetividad de los agentes de la transformación, posibilitando una traducción, en los dos sentidos, entre estructura y sujeto. La propia historia social del trabajo resulta incomprensible sin atender a la excedencia obrera que ha empujado permanentemente la desagregación, la reagregación y la transformación de las relaciones inherentes al trabajo productivo, dando lugar a figuras subjetivas y líneas transversales de resistencia. Esos movimientos permanentes constituyen la base de la composición de clase del trabajo (Alquati, 1962 y 1963), entendida no solamente como factor sociológico, descriptivo o analítico, sino como facultad de

recomposición social del trabajo vivo que mete en crisis y obliga a recombinarse constantemente al propio capital. El valor de este marco conceptual es que posibilita la construcción de la categoría de clase social en términos no ontológicos, sino vectoriales, a partir de una concepción de su utilidad sociológica que no pasa por la identificación de un sujeto determinado, sino por la existencia de procesos de subjetivación que determinan flujos de resistencia y de excedencia (Dreyfus y Rabinow, 1982).

Tramistas y documentalistas

Dentro de la relativa división del trabajo que caracteriza los equipos de guionistas de ficción televisiva, los tramistas y documentalistas son los responsables de proponer ideas para crear y desarrollar tramas e historias, ya tengan éstas un carácter episódico o sean hilos de los que se tira durante toda una temporada de episodios. Su labor consiste en un rastreo sistemático de fuentes de información como Internet, periódicos, revistas, etc., en busca de sucesos y noticias que puedan inspirar una trama o una historia. Los trabajadores empleados en estas tareas son muy jóvenes y muchas veces trabajan como becarios mientras finalizan sus estudios universitarios. El salario que perciben suele ser bajo y en algunas ocasiones llegan a trabajar sin obtener ningún tipo de remuneración, siendo considerada su actividad como prácticas asociadas a su labor académica. El equipo de *Hospital Central*, por ejemplo, contaba con dos jovencísimas tramistas que llegaron al equipo de guionistas de la serie gracias a un convenio de colaboración firmado entre Videomedia S.L., la empresa productora, y la Universidad Carlos III de Madrid. Las dos trabajadoras eran estudiantes de dicha institución académica y tenían una retribución de quinientos euros al mes por media jornada de trabajo de lunes a viernes. No obstante, la división entre tramistas y guionistas es siempre relativa, puesto que el guionista se encarga también de la creación de tramas a partir de historias que él mismo ha generado.

El concepto de trama suele entenderse en la narrativa de ficción televisiva como

sinónimo de intriga: la serie de acontecimientos que constituyen el nudo de un argumento narrativo. Una trama es el relato de esos acontecimientos en la manera en la que el equipo de guionistas la presenta al público.

Vida líquida

Zygmund Bauman (2006) ha usado la categoría de “vida líquida” para nombrar las pautas habituales de existencia en las sociedades modernad contemporáneas. En cuanto “líquida”, la sociedad actual se caracteriza por un cambio constante de sus formas: lo que define nuestras vidas es la precariedad y la incertidumbre permanentes. “En la actualidad, las pautas y configuraciones ya no están ‘determinadas’, y no resultan ‘autoevidentes’ de ningún modo; hay demasiadas, chocan entre sí y sus mandatos se contradicen, de manera que cada una de esas pautas y configuraciones ha sido despojada de su poder coercitivo o estimulante. Y, además, su naturaleza ha cambiado, por lo cual han sido reclasificadas en consecuencia: como ítem del inventario de tareas individuales. En vez de preceder a la política de vida y de encuadrar su curso futuro, deben seguirla (derivar de ella), y reformarse y remodelarse según los cambios y giros que esa política de vida experimente. El poder de licuefacción se ha desplazado del ‘sistema’ a la ‘sociedad’, de la ‘política’ a las ‘políticas de vida’... o ha descendido del ‘macronivel’ al ‘micronivel’ de la cohabitación social. Como resultado, la nuestra es una versión privatizada de la modernidad, en la que el peso de la construcción de pautas y la responsabilidad del fracaso caen primordialmente sobre los hombros del individuo. La licuefacción debe aplicarse ahora a las pautas de dependencia e interacción, porque les ha tocado el turno. Esas pautas son maleables hasta un punto jamás experimentado ni imaginado por las generaciones anteriores, ya que, como todos los fluidos, no conservan mucho tiempo su forma. (...) La desintegración de la trama social y el desmoronamiento de las agencias de acción colectiva suelen señalarse con gran ansiedad y justificarse como ‘efecto colateral’ anticipado de la nueva levedad y fluidez de un poder cada vez más móvil, escurridizo, cambiante, evasivo y fugitivo. Pero la

desintegración social es tanto una afección como un resultado de la nueva técnica del poder, que emplea como principales instrumentos el descompromiso y el arte de la huida. Para que el poder fluya, el mundo debe estar libre de trabas, barreras, fronteras fortificadas y controles. Cualquier trama densa de nexos sociales, y particularmente una red estrecha con base territorial, implica un obstáculo que debe ser eliminado” (Bauman, 2006). El carácter de fluido que presenta el líquido hace que la aplicación de sus propiedades a la vida social actual describa pautas existenciales en las que las identidades son móviles e imprecisas, asociadas más a un individuo cambiante que a comunidades de pertenencia: la inestabilidad disuelve los espacios sociales de sociabilidad de carácter estable, dificultando al extremo las experiencias de pertenencia. Jesús Ibáñez (1985) asocia el estado fluido de los sujetos a la lógica de explotación ligada al desarrollo del capitalismo: “La explotación de los sujetos es función de la aplicación de los dispositivos generadores de valor de cambio, el dispositivo numeral de la moneda que genera valor de cambio económico (que los reduce al estado líquido para que sean solventes), del dispositivo nominal de la lengua que genera valor de cambio semántico (que los reduce al estado gaseoso para que sean sublimes), dispositivos, respectivamente, cuantitativo y cualitativo”. *Notre Jour Viendra* (2010), una película dirigida por Romain Gavras, supone un material narrativo y visual interesante de la vida líquida, desarraigada y precaria en los escenarios existenciales del presente: sus protagonistas, Patrick y Remy, son la personificación desesperada de la no pertenencia, del estado fluido y de la precariedad.

Workfare

“El término *workfare* debe entenderse por contraposición a *welfare*. Ambos encarnan dos filosofías opuestas de la pobreza, de la exclusión y, consecuentemente, de la asistencia social, cuyas raíces se hunden en los modelos políticos del liberalismo thatcheriano y de la economía social de mercado, respectivamente. (...) El concepto de *workfare* no se basa en el principio de

solidaridad, sino en el de mérito. La obtención de la asistencia se condiciona a una contraprestación (laboral o de otro tipo: trabajos en pro de la comunidad, búsqueda activa de empleo, actividades de formación, etc.) con la idea de colocar al beneficiario en pie de igualdad con los ciudadanos que trabajan”. (<http://alturl.com/h7t7o>).

“Denis Kessler lee en el welfare la transcripción institucional de la dinámica de lo ‘social’ queriéndose emancipar de lo económico (del trabajo asalariado). De esta manera, y siempre según el análisis de los patronos, lo ‘social’ utiliza el welfare como terreno privilegiado de una valorización autónoma e independiente, dando un rodeo así a la ‘obligación económica’. (...) Apoyándose en las tendencias universalistas presentes en el welfare, lo social echa abajo las funciones de reproducción de la subordinación económica en gastos sociales de ciudadanía. Sobre la legitimación de los costes y las compatibilidades económicas, los patronos tratan de darle la vuelta a esta tendencia para restablecer su control político sobre la sociedad” (Lazzarato, 2001). Para una descripción del fundamento jurídico del sistema de *workfare* en los EE.UU., por ejemplo, se puede consultar la ley “*The Personal Responsibility and Work Opportunity Reconciliation Act of 1996*”, disponible en: <http://alturl.com/keg7u>

6. Relación de entrevistas realizadas en el proceso de investigación

Puede sospecharse que hay en las sociedades una especie de nivelación entre discursos: los discursos que “se dicen” en el curso de los días y de las conversaciones, y que desaparecen con el acto mismo que los ha pronunciado; y los discursos que están en el origen de cierto número de actos nuevos de palabras que los reanudan, los transforman o hablan de ellos, en resumen, discursos que, indefinidamente, más allá de su formulación, son dichos, permanecen dichos, y están todavía por decir.

Michel Foucault

- **Entrevista 1:**
Productor ejecutivo de serie de ficción, 47 años.
- **Entrevista 2:**
Directora de Departamento de Ficción de una empresa productora de contenidos para televisión.
- **Entrevista 3:**
Productora ejecutiva de una serie de ficción, 45 años.
- **Entrevista 4:**
Coordinador de guiones de serie de ficción, 34 años.
- **Entrevista 5:**
Actriz empleada en una serie de ficción, 32 años.
- **Entrevista 6:**
Guionista, mujer, 37 años.
- **Entrevista 7:**
Guionista, hombre, 38 años.
- **Entrevista 8:**
Guionista, hombre, 29 años.
- **Entrevista 9:**
Guionista, mujer, 39 años.
- **Entrevista 10:**
Guionista, mujer, 35 años.
- **Entrevista 11:**
Guionista, responsable del Área de Proyectos del Departamento de Ficción de una empresa de producción de contenidos para televisión, hombre, 35 años.
- **Entrevista 12:**
Guionista, hombre, 37 años.
- **Entrevista 13:**
Guionista, hombre, 28 años.
- **Entrevista 14:**
Guionista, mujer, 35 años.
- **Entrevista 15.**

Guionista, mujer, 31 años.

- **Entrevista 16:**
Redactora de programa de entretenimiento de televisión, 29 años.
- **Entrevista 17:**
Operador de cámara de televisión, 43 años.
- **Entrevista 18:**
Técnico de sonido de televisión, 35 años.

7. Bibliografia

- Academie Française** (1762): *Dictionnaire de L'Académie française*, disponible en <http://artfl-project.uchicago.edu/node/17>
- Aching Guzmán, César** (2006): *Matemáticas financieras para toma de decisiones empresariales*, disponible en www.eumed.net/libros/2006b/cag3/
- Adorno, Theodor** (1941): 'On Popular Music', en *Studies in Philosophy and Social Sciences*, Vol. IX, Institute of Social Research, New York.
- Adorno, Theodor** (1964): « L'industrie culturelle », en *Communications*, nº3, Paris.
- Adorno, Theodor y Horkheimer, Max** (1974): *La dialectique de la raison*, Gallimard, Paris.
- Adorno, Theodor** (1980): *Teoría Estética*, Taurus, Madrid.
- Agamben, Giorgio** (1995): *Homo sacer. Il potere sovrano e la nuda vita*, Einaudi, Torino.
- Agencias** (2009): "Los españoles ven a los partidos políticos como el sector más corrupto", en *CincoDias.com*, 3 de junio.
- Aglietta, Michel** (1976): *Régulation et crise du capitalisme. L'expérience des USA*, Calmann Lévy, Paris.
- Ahijado, Manuel y Aguer, Mario** (1996): *Diccionario de economía y empresa*, Pirámide, Madrid.
- Akrich, Madeleine y Latour, Bruno** (1992): "A Summary of a Convenient Vocabulary for the Semiotics of Human and Nonhuman Assemblies", en *Shaping Technology/Building Society. Studies in Sociotechnical Change*. W.E. Bijker & J. Law Eds. MIT Press, Cambridge.
- Alaluf, Mateo** (1986): *Le temps du labeur. Formation, emploi et qualification en sociologie du travail*, Éditions de l'Université de Bruxelles, Bruxelles.
- Alaluf, Mateo y Stroobants, Marcelle** (1994): "¿Moviliza la competencia al obrero?", en *Revista Europea de Formación Profesional*, nº 1/1994.
- Alba Rico, Santiago** (2004): "Televisión: cinco ilusiones y una propuesta", en *Archipiélago*, nº 60, Madrid.
- Allard, Laurence** (1994): "Dire la réception. Culture de masse, expérience esthétique et communication", en *Réseaux*, nº 68.
- ALMA** (2010): *Honorarios recomendados por el sindicato para guionistas autónomos*. Disponible en <http://alturl.com/z6jr5>
- Alonso, Fidel** (1999): *Sogecable descodificado*, Fragua, Madrid.

- Alonso, Luis Enrique** (2004): “La sociedad del trabajo: debates actuales. Materiales inestables para lanzar la discusión”, en *Revista española de investigaciones sociológicas (REIS)*, nº 107.
- Alquati, Romano** (1962 y 1963): “Composizione organica del capitale e forza-lavoro alla Olivetti”, en *Quaderni Rossi*, nº 2 y 3.
- Alvar, Manuel** (Dir.) (2006): *Manual de dialectología hispánica. El Español de España*, Ariel, Barcelona.
- Alvarado, Esther** (2006): “España vende ficción en el mundo”, *El Mundo*, 17 de diciembre.
- Álvarez, José María y López, Javier** (1999): “La producción de ficción en España: un cambio de ciclo (1)”, en *ZER*, nº 7, Bilbao.
- Álvarez Veinguer, Aurora** (2009): *(Re)presenting identities in Tatarstan. A Cartography of Post-Soviet Discourses, Schooling and Everyday Life*, VDM Verlag, Saarbrücken.
- Amigot, Beatriz** (2010): “El lastre de la productividad: España es el país europeo en el que más se trabaja”, en *Expansión*, <http://alturl.com/5vzej>
- Andrejevich, Mark** (2008): “Watching Television without Pity: The Productivity of Online Fans”, en *Television and New Media*, Vol. 9, Issue 24.
- Ang, Ien** (1985): *Watching Dallas: Soap opera and the Melodramatic Imagination*, Methuen, London.
- APM Prevención** (2008): “Autónomos económicamente dependientes y prevención de riesgos”, disponible en <http://alturl.com/hi7uy>
- Araya, Daniel y Martín, Miguel** (2010): “El ‘menage a trois’ de la formación continua”, en *Periódico Diagonal*, Nº 117, <http://alturl.com/i2rka>
- Arnanz, Carlos** (2002): *Negocios de televisión. Transformaciones del valor en el modelo digital*, Gedisa, Barcelona.
- Arnstein, Sherry R.** (1969): “A Ladder of Citizen Participation”, en *Journal of the American Institute of Planners*, Volume 35, Issue 4.
- Arranz, Fátima** (Dir.) (2010): *Cine y género en España. Una investigación empírica*, Cátedra, Madrid.
- Artz, Lee** (2008): “Media Relations and Media Product: Audience Commodity”, en *Democratic Communiqué*, Vol. 22, nº 1.
- Asencio, José María** (2007): “La encuesta del CIS: suspenso a los políticos”, en *Informacion.es*, 27 de febrero.

- Asociación Nacional de Trabajadores Autónomos (ATA)** (2005): “La federación día a día”, en *Autónomos*, nº 26.
- Asociación Nacional de Trabajadores Autónomos (ATA)** (2009): “La federación día a día”, en *Autónomos*, nº 38.
- Aspe, Bernard y Combes, Muriel** (1996): “Du vampire au parasite”, en *Futur Antérieur*, nº 35-36.
- Augè, Marc** (1993): *Los no-lugares: espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*, Gedisa, Barcelona.
- Augè, Marc** (2007): “Sobremodernidad. Del mundo de hoy al mundo de mañana”, en *Contrastes: Revista Cultural*, nº 47.
- Aunión, Juan Antonio** (2011): “La educación española tendrá 1.800 millones menos en 2011”, en *El País*, 12 de enero.
- Azaïs, Christian; Corsani, Antonella y Dieuaide, Patrick** (Eds.) (2001): *Vers un capitalisme cognitif. Entre mutations du travail et territoires*, L’Harmattan, Paris.
- Azpillaga, Patxi; De Miguel, Juan Carlos y Zallo Ramón** (1998): “Las industrias culturales en la economía informacional. Evolución de sus formas de trabajo y valorización”, en *ZER*, nº 5, Bilbao.
- Babiano, José** (1998): “¿Un aparato fundamental para el control de la mano de obra? (Reconsideraciones sobre el sindicato vertical franquista)”, en *Historia Social* Nº 30.
- Baget-Herms, Josep María** (1993): *Historia de la televisión en España (1956-1975)*, Feed-Back Ediciones, Barcelona.
- Bagnasco, Arnaldo** (1988): *La costruzione sociale del mercato. Studi sullo sviluppo di piccola impresa in Italia*, Il Mulino, Bologna.
- Bagnasco, Arnaldo** (2003): *Società fuori squadra. Come cambia l’organizzazione sociale*, Il Mulino, Bologna.
- Bajtin, Mijail M.** (1986): *Problemas literarios y estéticos*, Editorial Arte y Literatura, La Habana.
- Bakhtine, Mikhaïl** (1978): *Esthétique et théorie du roman*, Gallimard, Paris.
- Bakhtine, Mikhaïl** (1984): *Esthétique de la création verbale*, Gallimard, Paris.
- Bakhtin, Mikhail y Medvedev, Pavel** (1978): *The Formal Method in Literary Scholarship: A Critical Introduction to Sociological Poetics*, The John Hopkins University Press, Baltimore.

- Balázs, Béla** (1970): *Theory of the film : Character and Growth of a New Art*, Dover Publications, New York.
- Ballestrero, Maria Vittoria** (1987): “L’ambigua nozione di lavoro parasubordinato”, en *Lavoro e Diritto*, Vol. 1.
- Banco de España** (2011): *Boletín estadístico 0/2011*, Banco de España, Madrid. Disponible en <http://www.bde.es>
- Baragaño, Teresa** (2006): “Los expertos señalan la creatividad como la mayor garantía para el futuro de la televisión convencional”, en *El País*, 23 de noviembre. <http://alturl.com/6czq2>
- Barea, Maite y Billón, Margarita** (2002): *Globalización y Nueva Economía*, Ediciones Encuentro, Madrid.
- Bardají, Javier y Gómez Amigo, Santiago** (2004): *La gestión de la creatividad en televisión. El caso de Globo Media*, EUNSA, Pamplona.
- Barthes, Roland** (1984): *Essais critiques IV. Le brussement de la langue*, Éditions du Seuil, Paris.
- Barthes, Roland** (2005): *El grado cero de la escritura. Seguido de nuevos ensayos críticos*, Siglo XXI, Madrid.
- Barlow, John** (1994): “The Economy of Ideas. A framework for patents and copyrights in the Digital Age. (Everything you know about intellectual property is wrong)”, en revista *Wired*, nº 2.03, Marzo. Disponible en http://www.wired.com/wired/archive/2.03/economy.ideas_pr.html
- Bascetta, Marco** (2001): “Formazione”, en *Lessico Postfordista. Dizionario di idee della mutazione*, Adelino Zanini y Ubaldo Fadini (Ed.), Feltrinelli, Milano.
- Bascetta, Marco** (2002): “Moltitudine, popolo, masa”, en *Controimpero. Per un lessico dei movimenti globali*, AA.VV., Manifestolibri, Roma.
- Bassets, Lluís** (Ed.) (1981): *De las ondas rojas a las radios libres. Textos para la historia de la radio*, Gustavo Gili, Barcelona.
- Baudrillard, Jean** (1975): *El sistema de los objetos*, Siglo XXI, México.
- Baudrillard, Jean** (1978): *Cultura y Simulacro*, Kairós, Barcelona.
- Bauman, Zygmunt** (2006): *Vida líquida*. Paidós, Barcelona.
- Baudry, Bernard** (1995): *L’économie des relations interentreprises*, La Découverte, Paris.
- BBC News** (2007): “Allen film funding angers Spanish”, artículo digital disponible en <http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/6922536.stm>

- Beaud, Paul; Flichy, Patrice y Sauvage, Monique** (1984): « La télévision comme industrie culturelle », en *Reseaux*, nº 9, Paris.
- Becker, Gary** (1993): *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*, University of Chicago Press, Chicago,
- Becker, Howard** (1988): *Les mondes de l'art*, Flammarion, Paris.
- Bell, Daniel** (1991): *El advenimiento de la sociedad post-industrial*, Alianza Universidad, Madrid.
- Bellofiore, Ricardo** (2012): *La crisi capitalistica, la barbarie che avanza*, Asterior Editore, Trento.
- Benassi, Stéphane** (2001): « De la sérialité comme fondement d'une esthétique télévisuelle », en *Télévision: questions de formes*, sous la direction de René Gardies et Marie-Claude Taranger, L'Harmattan, Paris.
- Benjamin, Walter** (1991): *Écrits français*, Gallimard, Paris.
- Benjamin, Walter** (2003): *La obra de arte en la época de su reproducibilidad técnica*, Itaca, México.
- Benjamin, Walter** (2004) : *El autor como productor*, Itaca, México.
- Berardi, Franco** (2003): *La fábrica de la infelicidad. Nuevas formas de trabajo y movimiento global*, Traficantes de Sueños, Madrid.
- Berardi, Franco** (2007): *El sabio, el mercader y el guerrero. Del rechazo al trabajo al surgimiento del cognitariado*, Acuarela Libros y Antonio Machado, Madrid.
- Berardi, Franco ; Jacquemet, Marco y Vitali, Giancarlo** (2003) : *Telestreet. Macchina non omologata*, Baldini Castoldi Dalai, Milano.
- Bergson, Henri** (1993): *Matière et mémoire*, PUF, Paris.
- Berzosa, Carlos** (2008): "Sí a Bolonia, pero no así", en *El País*, 09/06/2008.
- Bhabha, Homi** (1994): *The Location of Culture*, Routledge, London-New York.
- Bhabha, Homi** (1996): "Culture's In-Between", en Hall, S. Y Gay, P. (ed), *Culture's In Between*, SAGE, London.
- Bilbao, Andrés** (1988): "El trabajador socializado", en *Sociología del Trabajo*, nº 4.
- Bilbao, Andrés** (1991): "Clases Sociales", en Román Reyes (Dir.), *Terminología Científico-social (Anexo)*, Anthropos, Barcelona.
- Bilbao, Andrés** (1999): *El empleo precario. Seguridad de la economía e inseguridad del trabajo*, Los libros de la Catarata, Madrid.
- Bisbal, Marcelino** (2001): "De cultura, comunicación y consumo cultural. Una misma perspectiva de análisis", en *Zer*, nº 10.

- Blumenthal, Danielle** (1997): *Women and Soap Opera: A Cultural Feminist Perspective*, Greenwood Publishing Group, Westport (CT).
- BOE** (1996): *Real Decreto legislativo 1/1996*, de 12 de abril. Disponible en http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases_datos/doc.php?id=BOE-A-1996-8930
- Bögenhold, Dieter y Staber, Udo** (1991): “The Decline and Rise of Self-Employment”, en *Work, Employment and Society*, nº 5.
- Boismenu, Gérard; Gravel, Nicolas y Loranger, Jean-Guy** (1995): “Régime d'accumulation et régulation fordiste: estimation d'un modèle à équations simultanées”, en *Revue économique*, Vol. 46, nº4.
- Bologna, Sergio** (1992): “Problematiche del lavoro autonomo in Italia (I)”, en *Altreragioni*, nº 1.
- Bologna, Sergio** (2006): *Crisis de la clase media y postfordismo*, Akal, Madrid.
- Bologna, Sergio** (2007): *Ceti medi senza futuro? Scritti, appunti sul lavoro e altro*, Derive Approdi, Roma.
- Bologna, Sergio y Fumagalli, Andrea** (1997): *Il lavoro autonomo di seconda generazione. Scenari del postfordismo in Italia*, Feltrinelli, Milán.
- Boltanski, Luc y Chiapello, Ève** (2002): *El nuevo espíritu del capitalismo*, Akal, Madrid.
- Bollier, David** (2008): “The Commons: A Neglected Sector of Weath-Creation”, en *Genes, Bytes and Emissions: To Whom Does the World Belong?*, Silke Helfrich and Jörg Haas. <http://www.boell.org/web/148-576.html>
- Bonfiglioli, Sandra y Galbiati, Marisa** (1984): *Dopo Metropolis. Rivoluzione scientifico-tecnica, nuovi modelli di organizzazione del lavoro e uso del territorio: un contributo per il progetto della città futura*, Franco Angeli Editore, Milano.
- Bordwell, David; Staiger, Jane; Thompson, Kristin** (1985): *The Classical Hollywood Cinema: Film Style and Mode of Production to 1960*, Columbia University Press, New York.
- Борисов, Е.Ф.; Жамин, В.А. y Макарова, М.Ф.** (1972): *Политэкономический словарь*, Политиздат, Москва.
- Borzeix, Anni** (1995): “La parole en sociologie du travail”, en *Paroles au travail*, sous la direction de Josiane Boutet, L’Harmattan, Paris.
- Borzeix, Anni** (2000): “Relation de service et sociologie du travail. L’usager: une figure qui nous dérange ?”, en *Cahiers du Genre*, nº 28.

- Bourdieu, Pierre** (1971): “Le marché des biens symboliques”, en *L’Année sociologique*, n° 22.
- Bourdieu, Pierre** (1979a): *La distinction. Critique sociale du jugement*, Minuit, Paris.
- Bourdieu, Pierre** (1979b): “Les trois états du capital culturel”, en *Actes de la recherche en sciences sociales*, Volume 30, Issue 30.
- Bourdieu, Pierre** (1980): “Le capital social. Notes provisoires”, en *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n° 31.
- Bourdieu, Pierre** (1984): *Questions de Sociologie*, Les Éditions de minuit, Paris.
- Bourdieu, Pierre** (1985): *¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*, Akal, Madrid.
- Bourdieu, Pierre** (1986): “The forms of capital”, en John G. Richardson (ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, Greenwood Press, Westport (CT).
- Bourdieu, Pierre** (1992): *Les règles de l’art. Genèse et structure du champ littéraire*, Éditions du Seuil, Paris.
- Bourdieu, Pierre** (1994): *Raisons pratiques. Sur la théorie de l’action*, Seuil, Paris.
- Bourdieu, Pierre** (1996): *Sobre la televisión*, Anagrama, Barcelona.
- Boutet, Josiane** (1995): « Le travail et son dire », en *Paroles au travail*, Josiane Boutet (Sous la direction de), L’Harmattan, Paris.
- Boutet, Josiane** (1998): « Quand le travail rationalise le langage », en *Le monde du travail*, sous la direction de Jacques Kergoat, Josiane Boutet, Henri Jacot et Danièle Linhart, Éditions La Découverte, Paris.
- Boyer, Robert** (2004): *Théorie de la régulation, 1. Les fondamentaux*, La découverte, Paris.
- Boyle, Deirdre** (1997): *Subject to Change. Guerrilla Television Revisited*, Oxford University Press, Oxford.
- Braidotti, Rosi** (2004): *Feminismo, diferencia sexual y subjetividad nómada*, Gedisa, Barcelona.
- Brancato, Sergio** (2004): “Le mutazioni della scrittura nella serialità televisiva”, *Sociologia della Comunicazione*, Anno XIX, n° 35-36, Roma.
- Brancato, Sergio** (2007): *Senza fine. Immaginario e scrittura della fiction seriale in Italia*, Liguori Editore, Napoli.

- Brik, Osip** (1974): 'From the Theory and Practice of the Screenwriter', en *Screen: The Journal of the Society for Education in Film and Television*, nº 14 (3).
- Brown, Mary Ellen** (1990): "Motley Moments: Soap Operas, Carnival, Gossip, and the Power of Utterance", en Mary Ellen Brown (Ed.), *Television and Women's Culture: The Politics of the Popular*, Sage, London.
- Browning, John y Reiss, Spencer** (1998): *Encyclopedia of New Economy*, www.wired.com
- Brunet, Ignasi y Morell, Antoni** (2001): "Epistemología y cibernética", en *Papers*, nº 65.
- Bruno, Frank** (1997): *Diccionario de términos psicológicos fundamentales*, Paidós, Barcelona.
- Bruno, Daniela y Luchtenberg, Erwin** (2006): "Sociedad pos-disciplinaria y constitución de una nueva subjetividad. Un análisis de los discursos de la 'autoayuda' y del nuevo management desde la perspectiva de Michel Foucault", en *Nómadas*, Nº 013, Madrid.
- Bruns, Axel** (2007): "Produsage: Towards a Broader Framework for User-Led Content Creation", *Creativity and Cognition: Proceedings of the 6th ACM SIGCHI conference on Creativity & cognition*, ACM, Washington, DC. Disponible en: <http://alturl.com/6ufec>
- Bruns, Axel** (2008a): *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond. From Production to Produsage*, Peter Lang, New York.
- Bruns, Axel** (2008b): "Reconfiguring Television for a Networked, Produsage Context", en *Media International Australia incorporating Culture and Policy*, nº 128. Disponible en: <http://alturl.com/2w4ch>
- Brunsdon, Charlotte** (1984): "Writing about Soap Opera", en Len Masterman (Ed.), *Television Mythologies: Stars, Shows and Signs*, Comedia, London.
- Brunsdon, Charlotte** (2000): *The feminist, the housewife, and the soap opera*, Oxford University Press, Oxford.
- Buonanno, Milly** (1999): *El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales*, Gedisa, Barcelona.
- Bustamante, Enrique** (1999): *La televisión económica. Financiación, estrategia y mercados*, Gedisa, Barcelona.
- Bustamante, Enrique y Álvarez Monzoncillo, José Manuel** (2000): "Radiografía

del audiovisual español”, en *Producción Profesional*, nº septiembre, Madrid.

Cachón, Lorenzo (1995): “Estado de Bienestar y capitalismo avanzado”, en Jorge Benedicto; María Luz Morán (edits.), *Sociedad y política. Temas de sociología política*. Madrid, Alianza.

Cachón, Lorenzo (1999): “Formación y empleo en la era de la información: España, retos y posibilidades”, en Cachón, Lorenzo y Montalvo, María Dolores (Eds.), *Educación y formación a las puertas del siglo XXI: la formación continua en España*, Editorial Complutense, Madrid.

Caixa Catalunya (2010): “El ajuste del crédito en España, ¿distinto del resto del área euro?”, *Informe Enero 2010-Recuadros de economía*, disponible en <http://www.caixacatalunya.com/CDA/caixacat/redirect.html?link=http://www.caixacatalunya.com/caixacat/es/ccpublic/.../iee0110e12.pdf>

Calbo, Stéphane (1998): *Réception télévisuelle et affectivité. Une étude ethnographique sur la réception des programmes sériels : le cas de Madame est servie et des Guignols de l'info*, L'Harmattan, Paris.

Callejo, Javier (1994): “Modelos de comportamiento del consumidor: a propósito de la motivación”, en *Política y Sociedad*, nº 16, Madrid.

Castells, Manuel e Ipola, Emilio (1975): *Metodología y epistemología de las ciencias sociales*, Editorial Ayuso, Madrid.

Castells, Manuel (1995): *La ciudad informacional : tecnologías de la información y proceso urbano-regional*, Alianza, Madrid.

Castells, Manuel (1997): *La era de la información, vol. 1: La sociedad red*, Alianza, Madrid.

Castillo, Carlos y García Jorge (2001): *Marx entre el trabajo y el empleo*, ponencia presentada en el VII Congreso Nacional de Sociología. Documento de trabajo nº 2001-23, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Complutense de Madrid. Disponible en www.ucm.es/BUCM/cee/doc/01-23/0123.htm

Castillo, Juan José (1988): “La división del trabajo entre empresas”, *Sociología del Trabajo*, nueva época, nº 5, Madrid.

Castillo, Juan José (1994): *El trabajo del sociólogo*, Editorial Complutense, Madrid.

Castillo, Juan José (1998): *A la búsqueda del trabajo perdido*, Tecnos, Madrid.

Castillo, Juan José (2004): *Los estragos de la subcontratación. La organización*

del trabajo como factor de riesgo laboral, Secretaría de Comunicación e Imagen de UGT-Madrid, Madrid.

Castillo, Juan José (Dir.) (2005): *El trabajo recuperado. Una evaluación del trabajo realmente existente en España*, Miño y Dávila, Buenos Aires.

Castillo, Juan José (2007): *El trabajo fluido en la sociedad de la información: organización y división del trabajo en las fábricas de software*, Miño y Dávila, Buenos Aires.

Castillo, Juan José; López, Pablo y Lahera, Arturo (2003): “El trabajo invisible en España: una evaluación y valoración del trabajo realmente existente, de su condición, problemas y esperanzas (PROYECTO TRABIN)”, en Juan José Castillo, *En la jungla de lo social. Reflexiones y oficio de sociólogo*, Miño y Dávila, Buenos Aires.

Castro, Débora (2004): *Guía dónde estudiar cine en España. Una visión rigurosa de las propuestas educativas existentes en España*, Cómo hacer cine, Madrid.

Cebrián Herreros, Mariano (2004): *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*, Paidós, Barcelona.

Certeau, Michel de (1990): *L'invention du quotidien: Arts de faire*, Gallimard, Paris.

Chainworkers (2001): *Chainworkers. Lavorare nelle cattedrali del consumo*, DeriveApprodi, Roma.

Chambat, Pierre y Ehrengberg, Alain (1988): “De la télévision à la culture de l'écran”, en *Le Débat*, nº 52, Paris.

Chaniac, Régine y Jézéquel, Jean-Pierre (2005): *La télévision*, La Découverte, Paris.

Chiapello, Eve (1997): « Les organisations et le travail artistiques sont-ils contrôlables ? », *Réseaux*, nº 86, Paris.

Clark, Jessica (2009): *Public Media 2.0: Dynamic, Engaged Publics*, Center for Social Media at American University, Washington D.C.

Clegg, Stewart (1975): *Power, Rule and Domination*, Routledge and Keagan Paul, London.

Clegg, Stewart y Dunkerley, David (1980): *Organization, Class and Control*, Routledge and Keagan Paul, London.

Cocco, Giuseppe (2003): *Trabajo y ciudadanía. Producción y derechos en la era de la globalización*, Diálogos/L'Ullal Edicions, Xàtiva.

- Codeluppi, Vanni** (2008): *Il biocapitalismo. Verso lo sfruttamento integrale di corpi, cervelli ed emozioni*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Cohen, Nicole S.** (2008): “The Valorization of Surveillance: Towards a Political Economy of Facebook”, en *Democratic Communiqué*, Vol. 22, issue 1.
- Colectivo IOE** (2008a): *Barómetro social de España*, Traficantes de sueños, Madrid.
- Colectivo IOE** (2008b): *Trabajo sumergido, precariedad e inmigración en Catalunya. Una primera aproximación*. Informe disponible en: <http://alturl.com/aqzv>
- Collettivo Radio Alice** (2002): *Alice è il diavolo*, Shake, Milano.
- Conde, Fernando** (1994): “Notas sobre la génesis de la Sociedad de Consumo en España”, en *Política y Sociedad*, nº 16.
- Conor, Bridget** (2010): “Everybody is a writer”, en *Journal of Screenwriting*, vol. 1, nº 1.
- Contreras, José Miguel y Palacios, Manuel** (2000): *La programación en televisión*, Síntesis, Madrid.
- Cooper, Doug** (2006): “Knowledge Workers”, en *Canadian Businesses*, Vol. 79.20, October.
- Coriat, Benjamin** (1994a): *L'atelier et le robot. Essai sur le fordisme et la production de masse à l'âge de l'électronique*, Christian Bourgois, Paris.
- Coriat, Benjamin** (1994b): *Penser à l'envers: travail et organisation dans l'entreprise japonaise*, Christian Bourgois, Paris.
- Coromines, Joan** (2008): *Breve diccionario etimológico de la lengua castellana*, Gredos, Madrid.
- Corsani, Antonella** (2001): “Le salariat de ‘deuxième génération’”, *Multitudes*, nº 4.
- Corsani, Antonella** (2003): “Le capitalisme cognitif: les impasses de l'économie politique”, en *Sommes nous sortis du capitalisme industriel?*, sous la direction de Carlo Vercellone, La Dispute, Paris.
- Corsani, Antonella** (2007): “Conditions nécessaires pour l'émergence de multiples récits du monde. Penser le revenu garanti à travers l'histoire des luttes des femmes”, en *Multitudes*, nº 27.
- Corsani, Antonella** (2008): “Rente salariale et production de subjectivité”, *Multitudes*, nº 32.

- Corsani, Antonella y Lazzarato, Maurizio** (2008): *Intermittents et précaires*, Éditions Amsterdam, Paris.
- Corsani, Antonella; Lazzarato, Maurizio y Negri, Antonio** (1996): *Le bassin de travail immatériel (BTI) dans la métropole parisienne*, Éditions L'Harmattan, Paris.
- Coscubiela, Joan y Rojo, Eduardo** (2012): *Treinta años de reformas laborales en España*, Cristianisme i justícia, Barcelona.
- Coulet, Thierry** (1997): « Relations interentreprises et relation de service », en *La relation de service au coeur de l'analyse économique*, Louis Reboud (Sous la direction de), L'Harmattan, Paris.
- Cuadrado, Juan Ramón y Del Río, Clemente** (1993): *Los servicios en España*, Editorial Pirámide, Madrid.
- Cuadrado, Juan Ramón; Iglesias, Carlos; Llorente, Raquel y Núñez, Estela** (2004): *Empleo autónomo y empleo asalariado: Análisis de las características y comportamiento del autoempleo en España*, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid
- Cuadrado, Juan Ramón; Iglesias, Carlos; y Llorente, Raquel** (2005): “El empleo autónomo en España: factores determinantes de su reciente evolución”, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 52.
- Dahl, Robert** (1961): *Who Governs?: Democracy and Power in an American City*, Yale University Press, New Haven.
- Dayan, Daniel** (2005): “Mothers, Midwives and Abortionists: Genealogy, Obstetrics, Audiences and Publics”, en Sonia Livingstone (Ed.), *Audiences and Publics: When Cultural Engagement Matters for the Public Sphere*, Intellect, Bristol.
- Dayan, Daniel** (2009): “Sharing and Showing: Television as Monstration”, en *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 625 no. 1.
- Dayan, Daniel y Abrantes, Juan carlos** (Ed.) (2006): *Televisão: das Audiências aos Públicos*, Livros Horizonte, Lisboa.
- De Barrón, Íñigo** (2007): “La banca española luce beneficios récord en el trimestre de la crisis”, en *El País*, 26 de octubre.
- De Barrón, Íñigo y Jiménez, Miguel** (2011): “La banca concedió 100.000 millones en hipotecas con alto riesgo de impago”, en *El País*, 7 de febrero.
- De Coninck, Frédéric** (1993): « Les enjeux sociaux de la communication dans le travail », en *Futur Antérieur*, nº 16, Paris.

- Dejours, Christophe** (1993): « Coopération et construction de l'indentité en situation de travail », en *Futur Antérieur*, n° 16, Paris.
- De La Calle, Pablo** (1998): "Ficción a precio de oro", en *El Mundo*, 18 de octubre de 1998.
- Deleuze, Gilles** (1986): *Foucault*, Les éditions de Minuit, Paris.
- Deleuze, Gilles** (1990): *Pourparlers 1972-1990*, Les éditions de Minuit, Paris.
- Deleuze, Gilles** (1993): *Différence et répétition*, Presses Universitaires de France, Paris.
- Deleuze, Gilles** (2005): *Lógica del sentido*, Paidós, Barcelona.
- Deleuze, Gilles y Guattari, Félix** (1972): *L'Anti-Œdipe. Capitalisme et schizofrénie*, Les Éditions de Minuit, Paris.
- Deleuze, Gilles y Guattari, Félix** (1975): *Kafka, Pour une littérature mineure*, les Éditions de Minuits, Paris.
- Deleuze, Gilles y Guattari, Félix** (1994): *Mil mesetas. Capitalismo y esquizofrenia*, Pre-textos, Valencia.
- Deleuze, Gilles y Guattari, Félix** (1997): *¿Qué es la filosofía?*, Anagrama, Barcelona.
- Deleuze, Gilles y Parnet, Claire** (1977): *Dialogues*, Flammarion, Paris.
- De Nicola, Alberto; Vecchi, Benedetto y Roggero, Gigi** (2007): "Contro la creative class", disponible en la website del European Institute for Progressive Cultural Policies (EIPCP): <http://eipcp.net/transversal/0207/denicolaetal/it>
- Dreyfus, Hubert y Rabinow, Paul** (1982): *Michel Foucault : beyond Structuralism and Hermeneutics*, The University of Chicago Press, Chicago.
- Drucker, Peter** (1985): *Innovation and Entrepreneurship*, HarperCollins, New York.
- Drucker, Peter** (1992): *The Age of Discontinuity: Guidelines to our changing society*, Transaction Publishers, Piscataway.
- Dubar, Claude y Tripier, Pierre** (1998): *Sociologie des professions*, Armand Colin, Paris.
- Dujarier, Marie-Anne** (2008): *Le travail du consommateur. De McDo à eBay: comment nous coproduisons ce que nous achetons*, La découverte, Paris.
- Dunne, Philip** (1980): *Take Two: A Life in Movies and Politics*, McGraw-Hill, New York.

- Dupuy, François** (2005): *La fatigue des élites. Le capitalisme et ses cadres*, Seuil, Paris.
- Dussel, Enrique** (1988): *Hacia un Marx desconocido. Un comentario de los Manuscritos del 61-63*, Siglo XXI, México.
- Echeverría, Bolívar** (2001): *Definición de la cultura*, Editorial Ítaca, México D.F.
- Eco, Umberto** (1985): *La Guerre du faux*, Éditions Grasset & Fasquelle, Paris.
- Eco, Umberto** (1990): *Travels in Hyperreality*, Harcourt Brace, Orlando.
- Eco, Umberto** (1994): “Innovation et répétition: entre esthétique moderne et post-moderne”, en *Réseaux*, nº68, Paris.
- EFE** (2006a): “Los beneficios de los bancos españoles aumentaron un 41,2% hasta septiembre”, en *El País*, 27 de noviembre.
- EFE** (2006b): “Gasto español en educación crece menos que su PIB, según OCDE”, en *El economista.es*, 12 de septiembre.
- EFE** (2007): “El endeudamiento de las familias españolas supera el de los países del G-7”, en *La Vanguardia*, 5 de septiembre.
- EFE** (2010a): “La BBC ingresó unos 5.800 millones de euros gracias a la venta de programas”, disponible en http://www.que.es/television/201007061425-ingreso-unos-5.800-millones-euros.html?anker_73
- EFE** (2010b): “Los españoles suspenden a los políticos”, en *Laopinion.es*, 3 de agosto.
- Eisenstein, Sergei** (1988a): “The Montage of Film Attractions”, en *Selected Works, Vol. 1, Writings 1922-34*, Indiana University Press, Bloomington.
- Eisenstein, Sergei** (1988b): “Literature and Cinema: Replay to a Questionnaire”, en *Selected Works, Vol. 1, Writings 1922-34*, Indiana University Press, Bloomington.
- Eisenstein, Sergei** (1988c): “The Form of the Script”, en *Selected Works, Vol. 1, Writings 1922-34*, Indiana University Press, Bloomington.
- El Periódico Extremadura** (2010): “La sanidad privada crece a un ritmo del 6% anual”, en *El Periódico Extremadura*, suplemento Especial Sanidad, 28 de enero.
- Ema, José Enrique** (2004): “Del sujeto a la agencia (a través de lo político)”, en *Atenea Digital*, nº 5.
- Encuesta de Población Activa (EPA)**, Instituto Nacional de Estadística. Disponible en <http://www.ine.es/jaxiBD/menu.do?L=0&divi=EPA&his=1&type=db>
- E.R.T.** (1995): *Education for Europeans. Towards the Learning Society*, European Round Table of Industrialists (ERT), Brussels.

- Europa Press** (2006): “Deuda familias marca record histórico, supera 82% del PIB”, en <http://www.labolsa.com/canales/1843/>
- Europa Press** (2007): “España registra la tasa de temporalidad más alta de toda Europa”, en *El Mundo*, 26 de diciembre de 2007.
- Eurostat** (2003): *Eurostat Year Book 2003. The statistical guide to Europe. Data 1991-2001*, Office for Official Publications of the European Communities, Luxemburg.
- Falzon, Pierre** (1989): *Ergonomie cognitive du dialogue*, Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble.
- Falzon, Pierre y Lapeyrière, Solange** (1998): “L’usager et l’opérateur: ergonomie et relations de service”, en revista *Le Travail Humain*, vol. 61, nº 1.
- Fandiño Alonso, Xaime** (2001): “De Analogía a Digitalia”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 44, La Laguna (Tenerife).
- FAPAE** (1998, 1999, 2000, 2009): *Memoria anual*, disponible en http://www.fapae.es/informes_memorias.asp
- FAPAE-ICEX** (2001): *La producción audiovisual española ante el reto de la internacionalización*, Madrid. (Informe elaborado por la empresa Prodescon S.A.)
- Fernández, Ángel** (2007): “Prota, 60.000 euros; joven prometedor, 6.000 y figurante negro, 90”, en el diario *El Mundo*, 30 de octubre de 2007.
- Fernández Liria, Carlos** (2008): “Golpe de estado en la Academia”, en *Público*, 31/03/2008.
- Ferruz, Luis; Alda, Mercedes y Muñoz, Fernando** (2009): “Planes y fondos de pensiones privados en España: características, ventajas y evolución de sus principales magnitudes”, en *Boletín Económico de ICE*, nº 2973, del 16 al 30 de septiembre.
- Florian, Berci** (2002): “The City as a Brand: Orchestrating a Unique Experience”, en *City Branding: Image Building and Building Images*, T. Hauben; M. Vermeulen y V. Patteeuw, NAI Uitgevers, Rotterdam.
- Florida, Richard** (2002): *The Rise of the Creative Class. And How It’s Transforming Work, Leisure and Everyday life*, Basic Books, New York.
- Florida, Richard** (2005): *Cities and the Creative Class*, Routledge, New York.
- Florida, Richard** (2008): *Who’s Your City?: How the Creative Economy Is Making Where You Live the Most Important Decision of Your Life*, Basic Books, New York.

- Fortunati, Leopoldina** (1995): *The arcane of Reproduction. Housework, Prostitution, Labor and Capital*, Autonomedia, New York.
- Foucault, Michel** (1979): "Governmentality", en *Ideology and Consciousness*, nº 6.
- Foucault, Michel** (1981): "Omnes et Singulatim: Toward a Criticism of Political Reason", en *The Tanner Lectures of Human Values II*, University of Utah Press/ Cambridge University Press, Salt Lake City.
- Foucault, Michel** (1984a): *Histoire de la sexualité, vol. 3: Le souci de soi*, Gallimard, Paris.
- Foucault, Michel** (1984b): "Space, Knowledge and Power", en Paul Rabinow (ed.), *The Foucault Reader*, Pantheon Books, New York.
- Foucault, Michel** (1993): *Microfísica del poder*, La Piqueta, Madrid.
- Foucault, Michel** (1995): *Nietzsche, Freud, Marx*, El cielo por Asalto, Buenos Aires.
- Foucault, Michel** (2001): *Dits et écrits I. 1954-1975*, Éditions Gallimard, Paris.
- Foucault, Michel** (2002): *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*, Siglo XXI, Buenos Aires.
- Foucault, Michel** (2003): *La verdad y las formas Jurídicas*, Gedisa, Barcelona.
- Foucault, Michel** (2004): *Naissance de la biopolitique. Cours au Collège de France. 1978-79*, Gallimard/Seuil, Paris.
- Foucault, Michel** (2005): *Historia de la Sexualidad I, La Voluntad de saber*, Madrid, Siglo XXI.
- Fourquet, François y Murard, Lion** (1973): "Les équipements du pouvoir. La ville-ordinateur", disponible en <http://alturl.com/23zno>
- Fuchs, Christian** (2009): "Information and Communication Technologies and Society: A Contribution to the Critique of the Political Economy of the Internet", en *European Journal of Communication*, Vol. 24, Issue 69.
- Fumagalli, Andrea** (1999): "Dodici tesi sul reddito di cittadinanza", en *Tute Bianche. Disoccupazione di massa e reddito di cittadinanza*, Andrea Fumagalli y Maurizio Lazzarato (Coords.), Derive Approdi, Roma.
- Fumagalli, Andrea** (2004): "Lo spazio come esternalità in via di estinzione: terziarizzazione e lavoro cognitivo", ponencia presentada en el seminario *Transformation du travail et crise de l'économie politique*, MATISSE-ISYS, Paris. Disponible en <http://alturl.com/op3d6>

- Fumagalli, Andrea** (2007): *Bioeconomia e capitalismo cognitivo. Verso un nuovo paradigma di accumulazione*, Carocci, Roma.
- Fumagalli, Andrea y Lucarelli, Stefano** (2007): “Marché du travail, bioéconomie et revenu d’existence”, en *Multitudes*, nº 27.
- Fumagalli, Andrea y Morini, Cristina** (2008): “Segmentation du travail cognitif et individualisation du salaire”, en *Multitudes*, nº 32, Paris.
- Fundación Autor y ALMA** (2004): *Los guionistas en España*, Iberautor Promociones Culturales S.L., Madrid.
- Fundación Autor** (2012): *La escritura de guión en España. Un estudio de la profesión*, Fundación Autor, Madrid.
- Fundación FOESSA** (1976): *Estudios sociológicos sobre la situación social en España: 1975*, Editorial Euramerica, Madrid.
- Gadrey, Jean** (1994): “Les relations de service et l’analyse du travail des agents”, en *Sociologie du Travail*, vol. 36, nº 3.
- Gadrey, Jean y Zarifian, Philippe** (2002): *L’émergence d’un modèle du service: enjeux et réalités*, Éditions Liaisons, Paris.
- García de Castro, Mario** (2001): *El neorrealismo contemporáneo en las series televisivas de Globomedia. La hegemonía de la ficción televisiva local 1995-2000*, Tesis Doctoral, UCM.
- García de Castro, Mario** (2002): *La ficción televisiva popular. Una evolución de las series de televisión en España*, Gedisa, Barcelona.
- García López, Jorge** (2003): “Formación permanente y cualificación de los trabajadores”, *Herramientas. Revista de formación y empleo*, Nº 70, Fundación CIREM, Madrid.
- García, Jorge; Lago, Jorge; Meseguer, Pablo; y Riesco, Alberto** (2005): “Una introducción al trabajo como relación social”, en *Lo que el trabajo esconde. Materiales para un replanteamiento del análisis sobre el trabajo*, VV. AA., Traficantes de Sueños, Madrid.
- García Márquez, Gabriel** (2003): *Cómo se cuenta un cuento. Taller de guión*, Debolsillo, Barcelona.
- GECA** (1996): *Anuario de la Televisión 1996*, GECA, Madrid.
- GECA** (2000): *Anuario de la Televisión 2000*, GECA, Madrid.
- GECA** (2001): *Anuario de la Televisión 2001*, GECA, Madrid.
- GECA** (2004): *Anuario de la Televisión 2004*, GECA, Madrid.

- GECA** (2005): *Anuario de la Televisión 2005*, GECA, Madrid.
- Genette, Gérard** (1992): *Palimpsestes: La littérature au second degré*, Seuil, Paris.
- Genovese, Rino** (2001): “Identità”, en *Lessico Postfordista. Dizionario di idee della mutazione*, Adelino Zanini y Ubaldo Fadini (Ed.), Feltrinelli, Milano.
- Giordano, Eduardo y Zeller, Carlos** (1999): *Políticas de televisión. La configuración del mercado audiovisual*, Icaria, Barcelona.
- Girard, Jean-Pierre** (2001): “Information, production et recomposition des temps”, en Azaïs, Christian; Corsani, Antonella et Dieuaide, Patrick (Eds.), *Vers un capitalisme cognitif. Entre mutations du travail et territoires*, L’Harmattan, Paris.
- Gleizes, Jérôme** (2004): “El capital humano”, en *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*, VV.AA., Traficantes de Sueños, Madrid.
- González Duro, Enrique** (1991): *La paranoia*, Temas de Hoy, Madrid.
- Gorelli Hernández, Juan** (2007): “La Reforma Laboral española de 2006”, en *Revista Internacional del Trabajo*, Vol. 126, número 1-2.
- Gorz, André** (2003): *L’immatériel. Connaissance, valeur et capital*, Éditions Galilée, Paris.
- GRETEL** (Grupo de Regulación de las Telecomunicaciones) (2005): *El sector audiovisual y su evolución. La televisión: retos y oportunidades*, Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicación, Madrid.
- Grieco, Anna Maria** (1983): *Lavoro parasubordinato e diritto del lavoro*, Jovene, Napoli.
- Griffin, Brian L.** (2013): “Surveillance of audience labor using new media: three innovations of television broadcast networks”, *iConference 2013 Proceedings* (885-890). Disponible en: <http://alturl.com/w9f65>
- Grignon Claude y Passeron, Jean-Claude** (1989): *La Savant et le populaire. Misérabilisme et populisme en sociologie et en littérature*, Gallimard-Seuil, Paris.
- Grupo de Alto Nivel de la Política Audiovisual** (1998). *La era digital: Informe del Grupo de alto nivel de la política audiovisual* [en línea]. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas. Disponible en: <http://alturl.com/vqh8y>
- Guamán Hernández, Adoración e Ilueca Ballester, Héctor** (2012): *El huracán neoliberal: una reforma laboral contra el trabajo*, Ediciones Sequitur, Madrid.
- Guareschi, Massimiliano** (2001): “Capitale culturale”, en *Lessico Postfordista*.

Dizionario di idee della mutazione, Adelino Zanini y Ubaldo Fadini (Ed.), Feltrinelli, Milano.

Guattari, Félix (1977): *La révolution moléculaire*, Recherches, Paris.

Guattari, Félix (1987): « De la production de subjectivité », en *Chimères*, n° 4, Paris.

Guattari, Félix (1990a): « Des subjectivités, pour le meilleur et pour le pire », en *Chimères*, n° 8, Paris.

Guattari, Félix (1990b): « Vers une ère post-média », en *Terminal* n° 51.

Guattari, Félix (1996): *Las tres ecologías*, Pre-Textos, Valencia.

Guattari, Félix (1992): “Pratiques écosophiques et restauration de la Cité subjective”, en *Chimères*, n° 17, Paris.

Guattari, Félix (2004): *Plan sobre el planeta. Capitalismo mundial integrado y revoluciones moleculares*, Traficantes de Sueños, Madrid.

Guattari, Félix (2006): *Soft Subversions: Texts and Interviews 1977-1985*, Semiotext(e), New York.

Guattari, Félix (2009): “Balance-Sheet for ‘Desiring-Machines’”, en *Chaosophy. Texts and Interviews 1972-1977*, Semiotext(e), Los Angeles.

Guattari, Félix y Negri, Toni (1996): *Las verdades nómadas. Por nuevos espacios de libertad*, Iralka, Irún.

Gutiérrez Alea, Tomás (2009): *Dialéctica del espectador*, Escuela Internacional de Cine y TV (EICTV), San Antonio de los Baños.

Gutiérrez Aragón, Manuel (2004): “Lo que más me gusta”, en *Los guionistas en España*, Fundación Autor-ALMA, Ibídem, Madrid.

Habermas, Jürgen (1984): *The Theory of Communicative Action*, Polity, Cambridge.

Hall, Stuart (1994): “Codage/decodage”, en *Réseaux*, n° 68, Paris.

Hall, Stuart y Gay, Paul (1996): *Questions of Cultural Identity*, Sage, London.

Halleck, Deedee (2010): “Local Community Channels: Alternatives to Corporate Media Dominance”, en *A Companion to Television*, Janet Wasko (Edited by), Blackwell Publishing, Malden (MA).

Haraway, Donna (1988): ‘Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective’, en *Feminist Studies*, Vol. 14, No. 3.

- Haraway, Donna** (1991): "A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century", en *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*, Routledge, New York.
- Hardt, Michael** (1999): "Affective Labor", en *Boundary 2*, Vol. 26, No. 2.
- Hardt, Michael y Negri, Antonio** (2000): *Empire*, Harvard University Press, Cambridge.
- Hardt, Michael y Negri, Antonio** (2004): *Multitude: War and Democracy in the Age of Empire*, Penguin Press, New York.
- Hardt, Michael y Negri, Antonio** (2009): *Commonwealth*, Harvard University Press, Cambridge.
- Harvey, David** (2003). *The New Imperialism*, Oxford University Press, Oxford.
- Hauben, Michael** (1996): "The Net and the Netizens: The Impact the Net has on People's Lives", en *Netizens: An Anthology*, netbook del mismo autor disponible en <http://www.columbia.edu/~rh120/>
- Helfrich, Silke** (Comp.) (2008): *Genes, bytes y emisiones: bienes comunes y ciudadanía*, Fundación Heinrich Böll, México.
- Himanen, Pekka** (2001): *The Hacker Ethic and the Spirit of the Information Age*, Random House, New York.
- Hochschild, Arlie Russell** (1983): *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*, University of California Press, Berkeley.
- Holloway, John** (2006): "We are the Crisis of Abstract Labour", disponible en <http://libcom.org/forums/thought/john-holloway-we-are-crisis-abstract-labour-14042006>
- Holweg, Matthias** (2007): "The Genealogy of Lean Production", en *Journal of Operations Management*, Volume 25, Issue 2.
- Horkheimer, Max y Adorno, Theodor** (1974): *La dialectique de la raison*, Gallimard, Paris.
- IAB Spain** (2009): *El libro blanco de IAB. Cuadernos de Comunicación Interactiva, Vol. 9. La televisión interactiva*. Disponible en: <http://alturl.com/xyqoi>
- Ibáñez, Jesús** (1985): *Del algoritmo al sujeto. Perspectivas de la investigación social*, Siglo XXI, Madrid.
- Ibáñez, Jesús** (1992): *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: técnica y crítica*, Siglo XXI, Madrid.

- Ibáñez, Jesús** (1994a): *El regreso del sujeto. La investigación social de segundo orden*, Siglo XXI, Madrid.
- Ibáñez, Jesús** (1994b): *Por una sociología de la vida cotidiana*, Siglo XXI, Madrid.
- Ibáñez, Jesús** (1997): *A contracorriente*, Fundamentos, Madrid.
- Ibáñez, Jesús** (1998): *Nuevos avances en la investigación social*, Proyecto A, Barcelona.
- Ibáñez, Jesús** (2001): “Neguentropía”, en Esteban Rodríguez (Comp.), *Contra la prensa: antología de diatribas y apostillas*, Ediciones Colihue, Buenos Aires.
- Illuminati, Augusto** (2009): *Per farla finita con l'idea de sinistra*, Derive Approdi, Roma.
- Ingrassia, Franco** (2005): “11 Ideas precarias para un sindicalismo biopolítico”, en *El Viejo Topo*, nº 212.
- Ion, Jacques** (1972): *Les équipements socio-culturels et la ville*, CRESAL, Paris.
- Irisarri, Antonio** (1999): “La industria de la producción televisual y cinematográfica: de la exportación al colonialismo cultural”, en *Política y medios de comunicación*, FAES, Madrid.
- Jacobs, Janet** (1961): *The Death and Life of Great American Cities*, Vintage Books, New York.
- Jacot, Henri** (1997): “De la trilogie: productivité, compétitivité, rentabilité, à la evaluation sociale de la performance industrielle”, en *Entreprise et performance globale: outils, évaluation, pilotage*, Jacques Barraux, Commissariat Général du Plan, Economica, Paris.
- Jacot, Henri** (1998): “Les figures de l'entreprise”, en *Le monde du travail*, sous la direction de Jacques Kergoat, Josiane Boutet, Henri Jacot y Danièle Linhart, Éditions La Découverte, Paris.
- Jakobson, Roman** (1963): *Essais de linguistique structurale I. Les fondations du langage*, Minuit, Paris.
- Jauss, Hans Robert** (1978): *Pour une esthétique de la réception*, Gallimard, Paris.
- Jauss, Hans Robert** (1979): “La jouissance esthétique”, en *Poétique* nº 39, Éditions du Seuil, Paris.
- Jauss, Han Robert** (1988): *Pour une herméneutique littéraire*, Gallimard, Paris.
- Jeantet, Aurélie** (2003): « ‘À votre service!’ . La relation de service comme rapport social », en *Sociologie du Travail*, vol. 45, nº 2.

- Jenkins, Henry** (1992): *Textual Poachers. Television Fans and Participatory Culture*, Routledge, New York.
- Jenkins, Henry** (2004): "The Cultural Logic of Media Convergence", en *International Journal of Cultural Studies*, Volume 7(1).
- Jenkins, Henry** (2006a): *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*, New York University Press, New York.
- Jenkins, Henry** (2006b): *Fans, Bloggers and Gamers. Exploring Participatory Culture*, New York University Press, New York.
- Jenkins, Henry** (2011): "Seven Myths About Transmedia Storytelling Debunked", en *Fast Company*. <http://alturl.com/gyrzn>
- Jenkins, Henry; Purushotma, Ravi; Weigel, Margaret; Clinton, Katie; y Robison, Alice J.** (2009): *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*, The MIT Press, Cambridge.
- Jenkins, Henry; Ford, Sam; y Green, Joshua** (2013): *Spreadable Media. Creating value and meaning in a networked culture*, New York University Press, New York.
- Jhally, Sut y Livant, Bill** (1986): "Watching as Working: The valorization of Audience Consciousness", en *Journal of Communication*, Volume 36, Issue 3.
- Jiménez Guerrero, Luis y Martínez Monge, Víctor** (2005): "La programación ajena de las televisiones en España: análisis económico", en Anuario GECA 2005.
- Jollivet, Pascal** (2001): « Les NTIC et l'affirmation du travail coopératif réticulaire », en Christian Azaïs, Antonella Corsani y Patrick Dieuaide (Eds.), *Vers un capitalisme cognitif. Entre mutations du travail et territoires*, L'Harmattan, Paris.
- Kalecki, Michal** (1991): *Collected Works of Michal Kalecki. Volume II. Capitalism: Economic Dynamics*. Oxford University Press, New York.
- Kanawaty, George** (Bajo la dirección de) (1996): *Introducción al estudio del trabajo*, Organización Internacional del Trabajo (OIT), Ginebra.
- Karsenty, Laurent y Pavard, Bernard** (1997): "Différents niveaux d'analyse du contexte dans l'étude ergonomique du travail collectif", en *Réseaux*, n° 85.
- Katz, Elihu y Dayan, Daniel** (2012): "On Publics, Non-Publics, Former Publics, Future Publics, Almost Publics, and their Students and Genealogies", en *Looking for Non-Publics*, Daniel Jacobi y Jasin Luckerhoff (Eds.), Presses de l'Université du Québec, Québec.
- Keegan, Victor** (2007): "Collecting friends is the new philately", en *The Guardian*. Disponible en: <http://alturl.com/8zddr>

- Kelly, Kevin** (1998): *New rules for the New Economy*, Viking, New York.
- Kenneth, Arrow** (1985): *Collected Papers of Kenneth J. Arrow. Vol. 5, Production and Capital*, Harvard University Press, Cambridge.
- Kerbrat-Orecchiani, Catherine** (1980) : *L'énonciation. De la subjectivité dans le langage*, Armand Colin, Paris.
- Kimble, Chris ; Li, Feng y Blanchflower, Alexis** (2001): *Overcoming the Barriers to Virtual Team Working Through Communities of Practice*. Ponencia presentada en el Working in the New Economy, 6th International ITF Workshop & Business Conference, Amsterdam, The Netherlands, August 2001. Se puede acceder al texto en: http://www.chris-kimble.com/Courses/hi-2/Virtual_Teams.pdf.
- Kovács, Ilona** (1998): “Trabajo, cualificaciones y aprendizaje a lo largo de la vida. Ilusiones y problemas de la sociedad de la información”, en *Sociología del Trabajo*, nueva época, N° 34, Madrid.
- Krafcik, John** (1988): “Triumph of the Lean Production System”, en *Sloan Management Review*, Volume 30, Issue 1.
- Kristeva, Julia** (1980): *Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*, Columbia University Press, New York.
- Lacan, Jacques** (1966) : *Écrits*, Seuil, Paris.
- Lacan, Jacques** (1988): *The Seminar. Book II. The Ego in Freud's Theory and in the Technique of Psychoanalysis. 1954-55*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Lago Peñas, Manuel** (2012): El gasto público: un falso culpable. Informe de la Fundación 1º de Mayo, N° 46, Centro Sindical de Estudios de C.C.O.O., Madrid.
- Laguna de Paz, José Carlos** (1994): *Régimen jurídico de la televisión privada*, Marcial Pons, Madrid.
- Lara, Ángel Luis** (2002): “Estudio del sector del telemarketing en la Comunidad de Madrid: una mirada a las transformaciones en las relaciones salariales, la organización del trabajo y las relaciones laborales a través del telemarketing”. Premio de investigación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la UCM. Inédito.
- Lara, Ángel Luis** (2003): “Una aproximación al ecosistema de la nueva fuerza de trabajo”, *Cuadernos de relaciones laborales*, vol. 21, nº 2, Madrid.
- Lara, Ángel Luis** (2012): “Virgil Starkwell en la Puerta del Sol: públicos en revuelta, políticas hacia el ser por venir”, *Hispanic Review*, Vol. 80.4. Autumn 2012.

Lara, Ángel Luis (2013): “La producción de la plaza: los movimientos 15-M y Occupy Wall Street desde la perspectiva del trabajo cognitivo”. Ponencia para el XI Congreso Español de Sociología, Universidad Complutense de Madrid (UCM), 10, 11 y 12 de julio de 2013.

Lara, Ángel Luis y Álvarez, Aurora (2009): “Gubernamentalidad, precarización y nueva servidumbre: agenciamientos a partir de los circuitos de producción mercantil de cuidados y subjetividades”, en *Sociología del Trabajo*, N° 66.

Lareau, Annette y Weininger, Elliot (2003): “Cultural Capital in Educational Research: A Critical Assessment”, en *Theory and Society*, Vol. 32, No. 5/6.

Lasén, Amparo (2006): “Lo social como movilidad: usos y presencias del teléfono móvil”, en *Política y Sociedad*, nº43 (2). <http://alturl.com/ipn6z>

Lasén, Amparo (2009): “Tecnologías afectivas. De cómo los teléfonos móviles participan en la constitución de subjetividades e identidades”, en *Tecnología, cultura experta e identidad en la sociedad del conocimiento*, Gabriel Gatti Casal de Rey, Iñaki Martínez de Albeniz y Benjamín Tejerina Montaña (coords.), Universidad del País Vasco, Bilbao.

Lasén, Amparo (2010): “Mediaciones tecnológicas y transformaciones de la intimidad entre jóvenes”, ponencia presentada en el congreso “Jóvenes Construyendo Mundos. Capacidades y Límites de una Acción Transformadora”, 14-15 octubre 2010, Círculo de Bellas Artes, INJUVE, UNED. <http://alturl.com/zetja>

Lasén, Amparo y Martínez de Albeniz, Iñaki (2008): “Movimientos, 'mobidas' y móviles. Un análisis de las masas mediatizadas”, en *Cultura digital y movimientos sociales*, Igor Sádaba y Angel J. Gordo (coords.), Los libros de la catarata, Madrid.

Latour, Bruno (1994): “Une sociologie sans objet. Remarques sur l’interobjectivité”, en *Sociologie du travail*, nº 4.

Latour, Bruno (1996): “On Interobjectivity”, en *Mind, Culture and Activity*, Volume 3, No 4.

Latour, Bruno (2000): “Biopouvoir et vie publique”, en *Multitudes*, nº 1.

Latour, Bruno (2005): *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network Theory*, Oxford University Press, Oxford.

Lazzarato, Maurizio (1996): Videofilosofía. *La percezione del tempo nel postfordismo*, Manifestolibri, Roma.

- Lazzarato, Maurizio** (1997): *Lavoro immateriale. Forme di vita e produzione di soggettività*, Ombre Corte, Verona.
- Lazzarato, Maurizio** (2000): “Du *biopouvoir* à la biopolitique “, en *Multitudes*, Vol. 1, N° 1.
- Lazzarato, Maurizio** (2001): “Le gouvernement par l’individualisation”, en *Multitudes*, n° 4, Paris.
- Lazzarato, Maurizio** (2002) : *Puissances de l’invention. La psychologie économique de Gabriel Tarde contre l’économie politique*, Les Empêcheurs de penser en rond, Paris.
- Lazzarato, Maurizio** (2004): *Les révolutions du capitalisme*, Les empêcheurs de penser en rond, Paris.
- Lazzarato, Maurizio** (2006a): *Por una política menor. Acontecimiento y política en las sociedades de control*, Traficantes de sueños, Madrid.
- Lazzarato, Maurizio** (2006b): “La construction du marché du travail culturel”, disponible en <http://eipcp.net/policies/cci/lazzarato/fr>
- Lazzarato, Maurizio** (2006c): “El ‘pluralismo semiótico’ y el nuevo gobierno de los signos. Homenaje a Félix Guattari”, disponible en <http://alturl.com/6mbaa>
- Lazzarato, Maurizio** (2006d): “La máquina”, disponible en <http://alturl.com/d7rw3>
- Lazzarato, Maurizio** (2008a): *Le gouvernement des inégalités. Critique de l’insécurité néolibérale*, Éditions Amsterdam, Paris.
- Lazzarato, Maurizio** (2008b): “Finance et droits sociaux (ou De la propriété) : Appauvrissement et enrichissement dans le néolibéralisme ; La dette, technique de gouvernement”, disponible en http://www.cip-idf.org/article.php3?id_article=4130
- Lazzarato, Maurizio** (2011): *La fabrique de l’homme endetté. Essai sur la condition néolibérale*, Éditions Amsterdam, Paris.
- Lazzarato, Maurizio; Moulier-Boutang, Yann; Negri, Antonio y Santilli, Giancarlo** (1993): *Des entreprises pas comme les autres. Benetton en Italie, le Sentier a Paris*, Publisud, Paris.
- Leveratto, Jean-Marc** (2006): *Introduction à l’anthropologie du spectacle*, La Dispute/SNÉDIT, Paris.
- Lévi-Strauss, Claude** (1966): *The Savage Mind*, The University of Chicago Press, Chicago.
- Lévy, Pierre** (1995): *Qu’est-ce que le virtuel ?*, La Découverte, Paris.

- Lévy, Pierre** (2000): *World Philosophie : le marché, le cyberspace, la conscience*, Odile Jacob, Paris.
- Linde Paniagua, Enrique** (1992): “La Directiva del Consejo 89/552/CEE, de 3 de octubre de 1989, sobre coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva”, en *El espacio televisivo a partir de la Directiva 89/552 de las Comunidades europeas*, Ente Público RTVV, Valencia.
- Linhart, Robert** (1979): *De cadenas y de hombres*, Siglo XXI, México.
- Livingstone, Sonia** (Ed.) (2005): *Audiences and Publics: When Cultural Engagement Matters for the Public Sphere*, Intellect, Bristol.
- Livingstone, Sonia y Lunt, Peter** (1994): “Se faire entendre dans l’espace public. Les femmes, la télévision et le citoyen-télespectateur”, en *Reseaux* n° 63.
- Lizano, Miguel** (2004): “¿Qué es la televisión?”, en *Archipiélago*, n° 60, Madrid.
- Locke, John** (1689): *The Two Treatises of Civil Government*, The Online Library of <http://alturl.com/zjii4>
- Long, Joshua** (2009): “Sustaining creativity in the creative archetype: The case of Austin, Texas”, en *Cities. The International Journal of Urban Policy and Planning*, Volume 26, Issue 4.
- Long, Joshua** (2010): *Weird City: Sense of Place and Creative Resistance in Austin, Texas*, University of Texas Press, Austin.
- López Calle, Pablo** (2007): *La desmovilización general. Jóvenes, sindicatos y reorganización productiva*, Los libros de la Catarata, Madrid.
- López Calle, Pablo** (2010): “El impacto de las reformas laborales y la reorganización productiva en España sobre el empleo juvenil”, en *Abaco: Revista de cultura y ciencias sociales*, n° 66.
- López Petit, Santiago** (1994): “Reflexiones en torno a la sociedad de control”, *Fulkro* n°1, Madrid.
- Lorey, Isabell** (2006): “Gubernamentalidad y precarización de sí. Sobre la normalización de los productores y productoras culturales”, disponible en <http://eipcp.net/transversal/1106/lorey/es>
- Luhmann, Niklas** (1997): *Organización y decisión, autopoiesis y entendimiento comunicativo*, Anthropos, Barcelona.
- Luhmann, Niklas** (2000): *La realtà dei mass media*, Franco Angeli, Milano.

- Maigret, Éric** (2003): *Sociologie de la communication et des médias*, Armand Colin, Paris.
- Malinowski, Bronislaw** (1986): *Los argonautas del Pacífico Occidental I. Un estudio sobre comercio y aventura entre los indígenas de los archipiélagos de la Nueva Guinea Melanésica*, Planeta-Agostini, Barcelona.
- Mander, Jerry** (1999): *Questioning technology*, New Society Publishers, Philadelphia.
- Maras, Steven** (2009): *Screenwriting. History, Theory and Practice*, Wallflower Press, London.
- Marazzi, Christian** (1999): *Il posto dei calzini. La svolta linguistica dell'economia e i suoi effetti sulla politica*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Marazzi, Christian** (2002): *Capitale & linguaggio. Dalla New Economy all'economia di guerra*, Derive Approdi, Roma.
- Marazzi, Christian** (2007): "L'ammortamento del corpo macchina", disponible en <http://multitudes.samizdat.net/L-ammortamento-del-corpo-macchina>
- Marazzi, Christian** (2009): *Finanza bruciata*, Edizioni Casagrande, Bellinzona.
- Marazzi, Christian; Fumagalli, Andrea y Zanini, Adelino** (2002): *La moneta nell'impero*, Ombre Corte, Verona.
- Marazzi, Christian y Corsani, Antonella** (2007): "Biorevenu et socialisation de la monnaie", en *Multitudes*, nº 27.
- Marchetti, Pascal** (1997): *La production d'oeuvres audiovisuelles dans l'Union Européenne*, Economica, Paris.
- Marcos, Charo** (2005): "El gobierno aprueba crear una cuarta televisión analógica privada", *El Mundo*, 25 de junio.
- Marcuse, Herbert** (1993): *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*, Planeta-De Agostini, Barcelona.
- Marx, Karl** (1976): *El Capital. Crítica de la economía política. Libro Segundo. El proceso de circulación del capital*, Siglo XXI, Madrid.
- Marx, Karl** (1984): *El Capital. Crítica de la economía política. Libro Primero. Vol. 1. El proceso de producción del capital*, Siglo XXI, Madrid.
- Marx, Karl** (1997): *Elementos Fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse)*, Siglo XXI, Buenos Aires.
- Marx, Karl** (2001): "Prólogo a la Contribución a la Crítica de la Economía Política", en Marxists Interne Archive: <http://alturl.com/oqd5v>

- Marx, Karl y Friedrich, Engels** (1970): *The Communist Manifesto*, Pathfinder, New York.
- Marx, Karl y Engels, Friedrich** (1978): *La ideología alemana*, Ed. de Cultura Popular, México.
- Maturana, Humberto** (1997): *De Máquinas y Seres Vivos, autopoiesis de la organización de lo vivo*, Editorial Universitaria, Santiago de Chile.
- Mauss, Marcel** (2009): *Ensayo sobre el don. Forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*, Katz Editores, Buenos Aires-Madrid.
- McCracken, Grant** (2013): “Consumers or Multipliers?”, disponible en <http://alturl.com/xhjyd>
- McLaren, Margaret A.** (2002): *Feminism, Foucault, and Embodied Subjectivity*, State University of New York Press, New York.
- McLeod, Kembrew** (2005): *Freedom of Expression®: Over-zealous Copyright Bozos and Other Enemies of Creativity*, Doubleday, New York.
- McRobbie, Angela** (2002): “From Holloway to Hollywood: Happiness at work in the new Cultural Economy?”, en *Cultural Economy: Cultural Analysis and Commercial Life*, Paul Du Gay y Michael Pryke (Eds.), Sage, London.
- Meehan, Eileen R.** (1984): “Rating and the Institutional Approach”, en *Critical Studies in Mass Communication*, Volume 1, Issue 2.
- Meehan, Eileen R.** (1990): “Why We Don’t Count: The Commodity Audience”, en Patricia Mellencamp (Edited by), *Logics of Television: Essays in Cultural Criticism*, Indiana University Press, Bloomington.
- Méda, Dominique** (1999): *Qu’est-ce que la richesse?*, Aubier, Paris.
- Medina, Mercedes** (2007): “Explotación económica de las series familiares de televisión”, en *Comunicación y Sociedad*, nº 1/2007, Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra.
- Mehl, Dominique** (1994): “La télévision compassionnelle”, en *Réseaux*, nº 63, Paris.
- Melucci, Antonio** (1996): *Challenging codes. Collective action in the information age*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Menger, Pierre-Michel** (1991): “Marché de travail artistique et socialisation du risque: le cas des arts du spectacle”, *Revue Française de sociologie*, nº 32 (1), Paris.
- Menger, Pierre-Michel** (2002): *Portrait de l’artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme*, La République des idées / Seuil, Paris.

- Menger, Pierre-Michel** (2005): *Les intermittents du spectacle. Sociologie d'une exception*, Éditions de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales, Paris.
- Michelli, Stefano** (1998): "El consumo postfordista: dalla cultura della delega alla cultura dell'interazione", en Enzo Rullani y Luca Romano, *Il postfordismo. Idee per il capitalismo prossimo venturo*, Etaslibri, Milano.
- Michelson, Annette** (Ed.) (1984): *Kino-Eye: The Writings of Dziga Vertov*, University of California Press, Berkeley.
- Miège, Bernard** (2000): *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*, Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble.
- Mills, Charles Wright** (2002): *White Collar: The American Middle Classes*, Oxford University Press, New York.
- Minuto Digital** (2008): "La deuda de las familias españolas llega a su máximo histórico", en *Minuto Digital*, 11 de agosto.
- Missika, Jean-Louis** (2006): *La fin de la télévision*, Seuil, Paris.
- Mitchell, William** (1995): *City of Bits: Space, Place and the Infobahn*, MIT Press, Cambridge.
- Mochón, Francisco** (2001): *Principios de economía*, Mcgraw-Hill, Madrid.
- Monnier, Jean-Marie y Vercellone, Carlo** (2007): "Fondaments et faisabilité du revenu social garanti ", en *Multitudes*, nº27.
- Moreno Jiménez, Gabriel** (Coord.) (2001): *Productoras de televisión. Guía técnica de prevención para las pequeñas empresas*, Federación de Comunicación y Transporte de CC.OO., Guadalajara.
- Morin, Edgar** (1962): *L'Esprit du temps I. Névrose*, Grasset, Paris.
- Moulier Boutang, Yann** (A cura di) (2002): *L'età del capitalismo cognitivo. Innovazione, proprietà e cooperazione delle moltitudine*, Ombre Corte, Verona.
- Moulin, Raymonde** (1995): "Champ artistique et société industrielle capitaliste", en *De la valeur de l'art*, Flammarion, Paris.
- Murdock, Graham** (1988): *Organizar lo imaginario. Control y autonomía de la comunicación masiva*, Premiá, México.
- Navarro, Pablo** (1989): "Sistemas reflexivos", en Román Reyes (Dir.), *Terminología científico-social. Aproximación crítica*, Anthropos, Madrid.
- Navarro, Vicenç** (2006): "España a la cola de la Europa social", en *Temas para el debate*, nº 140. Disponible en <http://www.revistasculturales.com/articulos/99/temas-para-eldebate/589/1/espana-a-la-cola-de-la-europa-social.html>

- Navarro, Vicenç** (2007): “Las desigualdades de renta están creciendo”, en *El País*, 24 de junio.
- Navarro, Vicenç** (2009). “La silenciada causa de la crisis”, en *Público*, 19 de marzo. Disponible en <http://blogs.publico.es/dominiopublico/1157/la-silenciada-causa-de-la-crisis/>
- Navarro, Vicenç** (2010): “Los sindicatos tienen razón”, en *El Plural*, 21 de junio. Disponible en <http://www.elplural.com/opinion/detail.php?id=47818>
- Naville, Pierre** (1956): *Essai sur la qualification du travail*, Marcel Rivière, Paris.
- Negri, Antonio** (1977): *La forma Stato: per la critica dell'economia politica della Costituzione*, Feltrinelli, Milano.
- Negri, Antonio** (1981): *Del obrero masa al obrero social*, Anagrama, Barcelona.
- Negri, Antonio** (2001): *Marx más allá de Marx*, Akal, Madrid.
- Negri, Antonio** (2003): *Guide. Cinque lezioni su Impero e dintorni*, Raffaello Cortina Editore, Milano.
- Negri, Antonio** (2004): *La fabbrica della strategia. 33 lezioni su Lenin*, Manifestolibri, Roma.
- Negri, Antonio** (2006a): “La métropole est à la multitude ce que, autrefois, l’usine était à la classe ouvrière : à propos d’un vieux dicton et des certaines expériences de lutte plus proches”, texto disponible en <http://seminaire.samizdat.net/La-metropole-est-a-la-multitude-ce,155.html>
- Negri, Antonio** (2006b): *Fabrique de porcelaine. Pour une nouvelle grammaire du politique*, Stock, Paris.
- Negri, Antonio** (2006c): *Movimenti nell’Impero. Passaggi e paesaggi*, Raffaello Cortina Editore, Milano.
- Negri, Antonio** (2007): *Goodby Mr. Socialism. La crisis de la izquierda y los nuevos movimientos revolucionarios*, Paidós, Barcelona.
- Negri, Antonio** (2008): *Dalla Fabbrica alla Metropoli*, Datanews, Roma.
- Negri, Antonio y Lazzarato, Maurizio** (1996): “Du service a la relation de service. Recherche exploratoire”, en *Le bassin de travail immatériel (BTI) dans la metropole parisienne*, Antonella Corsani, Maurizio Lazzarato y Antonio Negri, Éditions L’Harmattan, Paris.
- Negri, Toni y Vercellone, Carlo** (2008): “Le rapport capital/travail dans le capitalisme cognitif”, en *Multitudes*, nº 32, Paris.

- Nel, Noël** (1997): “Généricité, séquentialité, esthétique télévisuelles”, en *Réseaux*, nº 81, Paris.
- Nielsen** (2009): *Global Faces and Networked Places. A Nielsen report on Social Networking's New Global Footprint*. Disponible en: <http://alturl.com/dwu49>
- O'Brien, Richard** (1992): *Global Financial Integration : the End of Geography*, Council of Foreign Relations, New York.
- Observatorio de Empleo de la Universidad Autónoma de Madrid** (2007): “La Inserción Laboral de los Titulados de la Universidad Autónoma de Madrid del curso 2004/2005”, Universidad Autónoma de Madrid (UAM). Disponible en: <http://alturl.com/bo4gz>
- Offe, Claus** (1984): *La sociedad del trabajo. Problemas estructurales y perspectivas de futuro*, Alianza, Madrid.
- Offe, Claus** (1990): *Las contradicciones del Estado del Bienestar*, Alianza, Madrid.
- Palacios Arranz, Manuel** (2001): *Historia de la televisión en España*, Gedisa, Barcelona.
- OIT** (1949): *C98 Convenio sobre el derecho de sindicación y de negociación colectiva*, disponible en <http://www.ilo.org/ilolex/cgi-lex/convds.pl?C098>.
- Organización Mundial de la Propiedad Intelectual** (1993): *Convenio de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas*, disponible en <http://alturl.com/hggnf>
- Ortí, Alfonso** (1994): “La estrategia de la oferta en la sociedad neocapitalista de consumo: génesis y praxis de la investigación motivacional de la demanda”, en *Política y Sociedad*, nº 16.
- Panzieri, Raniero** (1964): “Plusvalore e pianificazioni. Appunti di lettura del capitale”, en *Quaderni Rossi*, nº 4.
- Paracuellos, Jean-Charles** (1993): *La télévision. Clefs d'une économie invisible*, La documentation française, Paris.
- Pardo, José Luis** (2008): “La descomposición de la universidad”, en *El País*, 10/11/2008.
- Pask, Gordon** (1975): *Conversation, cognition and learning*, Elsevier, New York.
- Pasquier, Dominique** (1994): « Vingt ans de recherches sur la télévision: une sociologie post Lazarsfeldienne », *Sociologie du Travail*, vol. 36, nº 1, Paris.
- Pasquier, Dominique** (1995): *Les scénaristes et la télévision: approche sociologique*, Nathan / I.N.A., Paris.

- Pasquier, Dominique** (2004) : « La télévision comme expérience collective : retour sur les Mondes de l'Art », en *L'art du terrain. Mélanges offerts à Howard S. Becker*, Alain Blanc et Alain Pessin (Comp.), L'Harmattan, Paris.
- Pasquinelli, Mateo** (Ed.) (2002): *Media Activism. Strategie e pratiche della comunicazione indipendente*, Derive Approdi, Roma.
- Pasquinelli, Matteo** (2009): "Oltre le rovine della Città Creativa: la fabbrica della cultura e il sabotaggio della rendita", en Marco Baravalle (ed.), *L'arte della sovversione. Multiversity: pratiche artistiche contemporanee e attivismo politico*, Manifestolibri, Roma.
- Passeron, Jean-Claude** (1991): *Le raisonnement sociologique*, Nathan, Paris.
- Paulré, Bernard** (2001): "Le capitalisme cognitif. Un nouveau programme de recherche", en *Vers un capitalisme cognitif. Entre mutations du travail et territoires*, Azaïs, Christian; Corsani, Antonella y Dieuaide, Patrick (Eds.), L'Harmattan, Paris, 2001.
- Pauné, Meritxell** (2011): "Henry Jenkins: Las 'Madonnas con el Niño' hoy tendrían copyright y los museos estarían vacíos", en *La Vanguardia*, 23 de febrero.
- Pearce, Barnett** (1994): "Nuevos modelos y metáforas comunicacionales", en Dora Fried Schnitman (Coord.), *Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad*, Paidós, Barcelona.
- Peck, Jamie** (2005): "Struggling with the Creative Class", en *International Journal of Urban and Regional Research*, Volume 29, Issue 4.
- Pedrazzoli, Marcello** (Ed.) (1989): *Lavoro subordinato e dintorni : comparazioni e prospettive*, Il Mulino, Bologna.
- Pedrote, Isabel** (2008): "Hagamos de la universidad un negocio", en *El País*, 6 de junio.
- Pérez de Silva, Javier** (2000): *La televisión ha muerto. La nueva producción audiovisual en la era de Internet: la tercera revolución industrial*, Gedisa, Barcelona.
- Pita, Elena** (2007): "Las series de televisión son los terapeutas de la sociedad de hoy", entrevista con Daniel Écija, suplemento dominical de *El Mundo*, 20/05/07.
- Postone, Moishe** (1993): *Time, Labor and Social Domination*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Prado, Emilio** (1983): *Las radios libres: teoría y práctica de un movimiento alternativo*, Mitre, Barcelona.

- Primera Versión S.C.** (2008): *Protegidos*. Documento de venta de serie elaborado para Sony Producciones.
- Primera Versión S.C.** (2009): *De repente Los Gómez*. Biblia de serie elaborada para Sony Producciones y Telecinco.
- Putnam, Robert; Leonardi, Robert y Nanetti, Raffaella** (1993): *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton.
- Rabinow, Paul** (1999): *French DNA. Trouble in Purgatory*, Chicago University Press, Chicago.
- Rabinow, Paul y Rose, Nikolas** (2006): “Biopower Today”, en *Biosocieties*, nº1, London School of Economics and Political Science.
- Rajan, Raghuram y Zingales, Luigi** (2000): “The Governance of the New Enterprise”, en Xavier Vives (Ed.), *Corporate Governance: Theoretical and Empirical Perspectives*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Ramos, Ramón** (2006): “La deriva hacia la incertidumbre de la sociedad del riesgo”, en *I Jornadas sobre Gestión de Crisis. Más allá de la sociedad del riesgo*, Juan de Dios Ruano Gómez (Dir.), Universidade da Coruña, A Coruña.
- Rànciere, Jacques** (2008): *Le spectateur émancipé*, La Fabrique éditions, Paris.
- Raunig, Gerald** (2010): *A Thousand Machines: A Concise Philosophy of the Machine as a Social Movement*, Semiotext(e), Los Angeles.
- Raventós, Daniel** (coord.) (2001): *La Renta Básica. Por una ciudadanía más libre, más igualitaria y más fraterna*, Ariel, Barcelona.
- Raventós, Daniel** (2007): *Las condiciones materiales de la libertad*, El Viejo Topo, Barcelona.
- Read, Jason** (2009): “A Genealogy of Homo-Economicus: Neoliberalism and the Production of Subjectivity”, en *Foucault Studies*, Nº 6.
- Real Academia de la Lengua Española** (2001), *Diccionario de la lengua española*. 22ª ed., Espasa-Calpe, Madrid.
- Recio, José Ignacio** (2007): “Financiación ‘a medida’ para autónomos”, en Eroski Consumer, http://www.consumer.es/web/es/economia_domestica/finanzas/2007/05/08/162389.php
- Rich, Adrienne** (1986): *Blood, Bread and Poetry*, Virago, Nueva York.
- Richeri, Giuseppe** (1994): *La transición de la televisión*, Bosch, Barcelona.

- Ricoeur, Paul** (1986): *Du texte à l'action. Essais d'herméneutique II*, Seuil, Paris.
- Rizzi, Andrea** (2007): "El salario real medio ha bajado un 4% en 10 años pese al fuerte crecimiento económico", en *El País*, 24 de junio.
- Rodríguez Gonzalez, José Miguel** (2003): *El gobierno de la empresa: un enfoque alternativo*, Akal, Madrid.
- Rodríguez López, Emmanuel** (2007): "La ciudad global o la nueva centralidad de Madrid", en *Madrid, ¿la suma de todos? Globalización, territorio, desigualdad*, Observatorio Metropolitano, Traficantes de Sueños, Madrid.
- Rolle, Pierre** (1971): *Introduction à la sociologie du travail*, Larousse, Paris.
- Rolle, Pierre** (1988): *Bilan de la sociologie du travail. Tome I: Travail et salariat*, Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble.
- Rolle, Pierre** (2003a): "Por un análisis ampliado de la relación salarial", *Cuadernos de relaciones laborales*, vol. 21, nº 2, Madrid.
- Rolle, Pierre** (2003b): "Saisir et utiliser l'activité humaine. Qualité du travail, qualification, compétence", en Dupray, Arnaud; Guitton, Christophe et Monchatre, Sylvie (Dir.), *Réfléchir la compétence. Approches sociologiques, juridiques, économiques d'une pratique gestionnaire*, Octares Éditions, Toulouse.
- Rolle, Pierre** (2005): "El trabajo y su medida", en *Lo que el trabajo esconde. Materiales para un replanteamiento del análisis sobre el trabajo*, VV. AA., Traficantes de Sueños, Madrid.
- Romano, Vicente** (1998): *El tiempo y el espacio en la comunicación. La razón pervertida*, Hiru, Hondarribia.
- Ropé, Françoise y Tangui, Lucie** (Dir.), *Savoirs et compétences. De l'usage de ces notions dans l'école et l'entreprise*, L'Harmattan, Paris.
- Rosales, Emilio** (2002): *Estética y medios de comunicación. Sueños que el dinero puede comprar*, Tecnos, Madrid.
- Rowan, Jaron** (2010): *Emprendizajes en cultura. Discursos, instituciones y contradicciones de la empresarialidad cultural*, Traficantes de sueños, Madrid.
- RTVE** (1976): *RTVE 1976. Nuestro libro del año*, RTVE, Madrid.
- Rubalcaba, Luis** (1999): "Servicios a las empresas", en *Estructura económica de Madrid*, José Luis García Delgado (Director), Civitas Ediciones, Madrid.
- Rueda, José Carlos** (2005): "La televisión en España: expansión y consumo social, 1963-1969", *Anàlisi*, nº 32, Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació de la UAB, Barcelona.

- Rullani, Enzo** (1998): *Il postfordismo. Idee per il capitalismo prossimo venturo*, Etaslibri, Milano.
- Rullani, Enzo** (2004): *La fabbrica dell'immateriale. Produrre valore con la conoscenza*, Carocci, Roma.
- Ryan, Bill** (1991): *Making Capital from Culture. The Corporate Form of Capitalist Cultural Production*, Walter de Gruyter, New York.
- Sáez Baeza, Chiara** (2007): *Tercer sector de la comunicación y digitalización. Situación internacional en el ámbito televisivo*, Informe del Consejo Nacional de Televisión de Chile. <http://alturl.com/wo3is>
- Sainz, María** (2006): "Los españoles confían más en la sanidad pública a pesar de las listas de espera", en *El Mundo*, 20 de abril.
- Salé, Christian** (1981): *Les Scénaristes au travail*, 5 Continents/Hatier, Paris.
- Saló, Gloria** (2003): *¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*, Gedisa, Barcelona.
- Sánchez, Rosario** (1999): *El sindicato vertical: dimensión teórica y ámbito pragmático de una institución del franquismo. El ejemplo de Murcia*, Tesis doctoral, Universidad de Murcia, Facultad de Filosofía y Letras, Dpto. de Historia Moderna, Contemporánea y de América.
- Sánchez, Rosario y Nicolás, M^a Encarna** (1993): "Sindicalismo vertical franquista: la institucionalización de una antinomia (1939-1977)", en *Historia de Comisiones Obreras (1958-1988)*, David Ruíz (Dir.), Siglo XXI, Madrid.
- Sánchez Recio, Glicerio** (2002): "El sindicato vertical como instrumento político y económico del régimen franquista", en *Pasado y Memoria. Revista de Historia contemporánea*, nº 1, Universidad de Alicante.
- Sánchez-Tabernero, Alfonso** (1995): "Estrategias de los grupos de comunicación en Europa", en Alfonso Sánchez-Tabernero (Ed.), *La industria de la comunicación*, Servicio de estudios del BBV, Bilbao.
- Sánchez-Tabernero, Alfonso; Higuera, Inmaculada; Medina Laverón, Mercedes; Pérez-Latre, Francisco y Orihuela, José Luis** (1997): *Estrategias de marketing de las empresas de televisión en España*, EUNSA, Pamplona.
- Santoro-Passarelli, Giuseppe** (1979): *Il lavoro parasubordinato*, Angeli, Milano.
- Sassen, Saskia** (1991): *The Global City: New York, London, Tokyo*, Princeton University Press, Princeton.

- Sassen, Saskia** (1998): “Lo stato e la città globale”, *Derive Approdi*, nº 17, Roma.
- Sassen, Saskia** (2006): *Cities in a World Economy*, Pine Forge Press, Thousand Oaks.
- Sayer, Andrew y Walker, Richard** (1994): *La nueva economía social. Reelaboración de la división del trabajo*, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid.
- Schiller, Herbert** (1976): *Communication and cultural dominance*, Internacional Arts and Sciences Press, New York.
- Schumpeter, Joseph** (1962): *Capitalism, Socialism and Democracy*, Hasper Torchbooks, New York.
- Schwartz, Yves** (2004): “La conceptualisation du travail, le visible et l’invisible”, en *L’Homme et la société. Revue internationale de recherche et de synthèse en sciences sociales*, nº 152-153.
- Scott, James C.** (1990): *Domination and the Arts of Resistance. Hidden Transcripts*, Yale University, New Haven.
- Sepstrup, Preben** (1990): *Transnationalization of television in Western Europe*, John Libbey, London.
- Serageldin, Ismail y Grootaert, Christiaan** (1999): “Defining Social Capital. An Interactive View”, en *Social Capital. A Multifaceted Perspective*, Partha Dasgupta e Ismail Serageldin (Editores), The World Bank, Washington D.C.
- Serres, Michel** (1991): *El contrato natural*, Pre-Textos, Valencia.
- SGAE** (2009): *Informe de gestión 2008*, SGAE, Madrid.
- Simondon, Gilbert** (1989): *L’individuation psychique et collective*, Aubier, Paris.
- Smith, Hedley** (1994): *Marketing the City: the Role of Flagship Developments in Urban Regeneration*, E & FN Spon, London.
- Smythe, Dallas** (1951): “The consumer’s Stake in Radio and Television”, en *Quarterly of Film, Radio and Television* 4.
- Smythe, Dallas** (1981): “On the Audience Commodity and Its Work”, en *Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness and Canada*, Ablex, Norwood (NJ).
- Smythe, Dallas** (1994): *Counterclockwise: Perspectives on Communication*, Ed. Thomas Guback, Westview Press, Boulder (CO).
- Sorlin, Pierre** (2005): *Esthétique de l’audiovisuel*, Armand Colin, Paris.

- Spinoza, Baruch** (2005): *Ética demostrada según el orden geométrico*, Trotta, Madrid.
- Stallmant, Richard** (2002): *Free Software, Free Society: The Selected Essays of Richard M. Stallman*, Free Software Foundation, Boston. Disponible en http://shop.fsf.org/product/book_bundle/
- Stallman, Richard** (2004): “Did You Say ‘Intellectual Property’? It's a Seductive Mirage”, disponible en <http://www.gnu.org/philosophy/not-ipr.html>
- Stein, Guido** (2000): *Éxito y fracaso de la Nueva Economía*, Gestión 2000, Barcelona.
- Stroobants, Marcelle** (1991): “Travail et compétences: récapitulation critique des approches des savoirs au travail”, en *Formation-Emploi. Revue Française de Sciences Sociales*, N° 33, Céreq, Marseille.
- Stroobants, Marcelle** (1993): *Savoir-faire et competences au travail. Une sociologie de la fabrication des aptitudes*, Éditions de l'Université de Bruxelles, Bruxelles.
- Supiot, Alain** (2000): “Les nouveaux visages de la subordination”, en *Droit Social*, n° 2.
- Taboadela, Obdulia y Bouza, Fermín** (1994): “La evolución de la afiliación sindical en España y la cultura histórica de los sindicatos”, en *Documentación social: Revista de Estudios Sociales y Sociología Aplicada*, n°94.
- Tanguy, Lucie** (1994): “Rationalisation pédagogique et légitimité politique”, en
- Tarde, Gabriel** (1989): *L'Opinion et la foule*, PUF, Paris.
- Tarkovski, Andrei** (1993): *Esculpir el tiempo*, Centro Universitario de Estudios Cinematográficos, Universidad Nacional Autónoma de México, México D. F.
- Thibau, Jacques** (1973): *La televisión, le pouvoir et l'argent*, Calmann Lévy, Paris.
- Thomassen, Bjørn** (2009): “The Uses and Meanings of Liminality”, en *International Political Anthropology*, vol. 2, n° 1.
- Thompson, Edward** (1984): *Tradición, revuelta y consciencia de clase. Estudios sobre la crisis de la Sociedad Preindustrial*, Crítica, Barcelona.
- Thornton, Sarah** (1996): *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*, Wesleyan University Press, Middletown.
- Toffler, Alvin** (1980): *The Third Wave*, Morrow, New York.
- Touraine, Alain** (1969): *La société post-industrielle. Naissance d'une société*, Denoël, Paris.

- Tsianos, Vassilis y Papadopoulos, Dimitris** (2006): “Precariedad: viaje salvaje al corazón del capitalismo corporeizado”, disponible en <http://transform.eipcp.net/transversal/1106/tsianospapadopoulos/es#redir>
- UJC-ML** (1968): «Sur l'établissement », panfleto. Fotocopias.
- Urioste, Diego** (2007): “La temporalidad en el empleo: fracaso de la reforma laboral”, en *Diario Digital Siglo XXI*, <http://www.diariosigloxxi.com/texto-diario/mostrar/23740>
- Ursell, Gillian** (2003): “Television production: issues of exploitation, commodification and subjectivity in UK television labour markets”, en *Critical Concepts in Media and Cultural Studies*, Toby Miller (Editor), Routledge, London-New York.
- Vaca Berdayes, Ricardo** (2002): “La televisión como fábrica de ideas”, en *La nueva era de la televisión*, Corporación Multimedia-Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de España, Madrid.
- Vallade, Delphine** (2002): *La dynamique du temps libre : un vecteur de recomposition des temps sociaux. Une analyse économique de longue période, 19^{ème} et 20^{ème} siècles*, Tesis doctoral, Université de Montpellier I.
- Vallade, Delphine** (2004): “Mutations et effritement des frontières entre travail et hors travail : la productivité du temps libre”, ponencia presentada en el seminario *Transformation du travail et crise de l'économie politique*, MATISSE-ISYS, París. Disponible en <http://seminaire.samizdat.net/Mutations-et-effritement-des,25.html>
- Van Parijs, Philippe y Vanderborght, Yannick** (2006): *La renta básica: una medida eficaz para luchar contra la pobreza*, Paidós, Barcelona.
- Varela, Francisco y Maturana, Humberto** (1973): *De Máquinas y Seres Vivos: Una teoría sobre la organización biológica*, Editorial Universitaria, Santiago de Chile.
- Vega, José Antonio** (2004): “El Banco de España ve insostenible el ritmo de endeudamiento familiar”, en *Cinco Días*, artículo del 26 de noviembre.
- Veltz, Pierre** (1996): *Mondialisation, Villes et territoires. L'économie d'archipel*, Presses Universitaires de France, París.
- Vercellone, Carlo** (Sous la direction de) (2003): *Sommes nous sortis du capitalisme industriel?*, La Dispute, París.
- Vercellone, Carlo** (A cura di) (2006): *Capitalismo cognitivo. Conoscenza e finanza nell'epoca postfordista*, Manifestolibri, Roma.

- Vigotsky, Lev** (1995): *Obras escogidas*, Siglo XXI, Madrid.
- Vilches, Lorenzo** (2007): *Cultura y mercados de la ficción televisiva en Iberoamérica. Anuario Obitel 2007*, Gedisa, Barcelona.
- Virno, Paolo** (1992): “Quelques notes à propos du ‘General intellect’”, en *Futur Antérieur*, nº 10.
- Virno, Paolo** (1994): *Mondanità. L'idea di mondo tra esperienza sensibile e sfera pubblica*, Manifestolibri, Roma.
- Virno, Paolo** (2001): “General intellect”, en *Lessico postfordista. Dizionario di idee della mutazione*, Adelino Zanini y Ubaldo Fadini (Coords.), Feltrinelli, Milano.
- Virno, Paolo** (2002): *Grammatica della moltitudine. Per una analisi delle forme di vita contemporanee*, Derive Approdi, Roma.
- Vodafone** (2003): *Plan Autónomos 10*, disponible en <http://alturl.com/52tek>
- Wagner, Richard** (1966): “Pressure Groups and Political Entrepreneurs: A Review Article”, en *Public Choice*, nº 1, otoño.
- Wark, Mckenzie** (2004): *A Hacker Manifesto*, Harvard University Press, Cambridge.
- Weber, Max** (1976): *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, Allen and Unwin, London.
- Weber, Max** (2001): *Historia económica general*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Weeks, Kathi** (2007): “Life Within and Against Work: Affective Labor, Feminist Critique, and Post-Fordist Politics”, en *ephemera*, volume 7 (1). www.ephemeraweb.org
- Weissberg, Jean-Louis** (2001): “Travail intellectuel, réseaux numériques et présence à distance”, en Christian Azaïs, Antonella Corsani y Patrick Dieuaide (Eds.), *Vers un capitalisme cognitif. Entre mutations du travail et territoires*, L'Harmattan, Paris.
- Williams, Raymond** (1976): *Communications*, Penguin, London.
- Wright Mills, Charles** (1956): *The Power Elite*, Oxford University Press, Oxford.
- Wu Ming 1** (2003): “Il copyleft spiegato ai bambini. Per sgombrare il campo da alcuni equivoci”, en *Il Mucchio Selvaggio*, nº 526. Disponible en <http://www.wumingfoundation.com>
- Zallo, Ramón** (1992): *El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación*, Gakoa, Donostia.

- Zallo, Ramón** (2007): “La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio”, en *Revista Zer*, nº 22.
- Zallo, Ramón** (2011): “Paradojas, retos y políticas en el inicio de la era digital”, Actas del III Congreso Internacional Latina de Comunicación Social, Universidad de La Laguna.
- Zanini, Adelino y Fadini, Ubaldo** (2001): *Lessico postfordista. Dizionario di idee della mutazione*, Feltrinelli, Milano.
- Zarifian, Philippe** (1993): “Travail industriel, socialisations et liberté”, en *Futur Antérieur*, Nº 16, Paris.
- Zarifian, Philippe** (1996): *Travail et communication*, PUF, Paris.
- Zarifian Philippe** (1997a): « Travail, langage et civilité », *Futur Antérieur*, nº 30-40, Paris.
- Zarifian, Philippe** (1997b): *Éloge de la civilité*, L’Harmattan, Paris.
- Zarifian, Philippe** (1999): *El modelo de competencias y los sistemas productivos*, Cinterfur, Montevideo.
- Zarifian, Philippe** (2000): “Valeur de service et compétence”, en *Cahiers du genre*, nº 28, Paris.
- Zarifian, Philippe** (2001): *Temps et modernité. Le temps comme enjeu du monde moderne*, L’Harmattan, Paris.
- Zarifian, Philippe** (2003): *À quoi sert le travail?*, La Dispute, Paris.
- Zarifian, Philippe** (2004a): “Travail, modulation et puissance d’action”, en *L’Homme et la société*, nº 152-153, L’Harmattan, Paris.
- Zarifian, Philippe** (2004b): “Contrôle des engagements et productivité sociale”, en *Multitudes*, nº 17, Paris.
- Zarifian, Philippe** (2012): *Sociologie du devenir. Éléments d’une sociologie générale*, L’Harmattan, Paris.
- Zea, Manuel** (2010): *An Overview of Coworking in Spain*, disponible una presentación en <http://www.workingspace.es/blog/una-vision-del-coworking-en-espana>

8. Presentation and summary in English

It is said that the Roman god Janus had two faces and that each one of them exposed its gaze opposing the other. Janus was built in ancient Rome as the deity of beginnings and transitions, the god of doorways, openings, passageways and endings. Every doctoral dissertation carries the weight of this Roman deity's effigy: it is duality and it is ambivalence. Its dual character derives from the duplicity in it contained: a doctoral dissertation holds a use value and a change value. Dissertations *are used* if the epistemological, theoretical, methodological, and informative universes in them contained achieve connections and meanings on the out-of-text, when this has an explanatory and analytical utility –sometimes to ask and sometimes to answer. But dissertations *are interchanged* too; they are always inscribed in a process of interchange and accumulation of (symbolic) capital: their horizon of meaning and realization is a market (an academic-labor one). If all capital constitutes accumulated labor, in its materialized, 'incorporated' or embodied forms, the symbolical modality becomes an agent of recognition and distinction (Bourdieu, 1979a and 1986). In this sense, a doctoral dissertation speaks of its object and its subject, and the nature of its saying always ends up transforming the subject in an object: *we write* a doctoral dissertation that *writes us*. One does not work on a doctoral dissertation as much as a doctoral dissertation works on one. "*They aren't giving you a watch, you are the gift, they're giving you yourself for the watch's birthday* ", Julio Cortázar wrote.

Our research work has stretched its *becoming Janus* to try to provide the dual, ambivalent character of every doctoral dissertation with a higher profundity. In a way, the duality and ambivalence of our research activity are recognized in a second grade quality: they have to do with its object and its subject. As we will see throughout this text, the purpose of our research places us in the universe of content writing for fictional television series in Spain in order to show us the nature and activity of their fundamental actors: television scriptwriters.

These professional actors operate as agents of a constant ambivalence: manufacturers of television and television audiences at the same time; leading roles of a creative and inventive production under the parameters of serialization and standardized repetition; inhabitants of an existential regime that systematically transforms the exception into norm and uncertainty into the one and only of the certainties; subjects of an erosion of the wage relation with openings to a potential empowerment, and at the same time objects of an intense precarization of life that disempowers them.

As to us, the formal subject of our research project, we will say from the onset that we have been radically transformed by the investigation process we have carried out. In the course of that process we became our own object: the intensity of the involvement in the research ended up by integrating us in the universe of the study as professional scriptwriters inscribed in the social and phenomenological environments we researched. It is not a symbolic reference or a metaphorical resource, but a material experience in its literal sense. In the years we have investigated the world of television fiction writing and which have led to this doctoral dissertation, we have literally become scriptwriters: (1) we have integrated into the script writing workforce as professional television scriptwriters; (2) we have incorporated narrative logics to our sociological labor; and (3) we have become teachers of television script writing in schools and audiovisual educational centers in Latin America and the United States.

We could perhaps say that we took the research project we dived into too seriously. Far from being the result of a laboratory controlled exercise, from constituting a frame of abstractions or establishing a transcendental environment from a distance, the doctoral dissertation we have managed to create emerges from our life itself until it merges with it in its quotidian and its immanence. In

the development of the field work that supported our investigation, we had the opportunity to become members of a team of scriptwriters in one of Spain's most important series in its recent television history, in which we worked for 5 years uninterruptedly researching both the topic and ourselves. As a result of our professional activity as scriptwriters and of our minute study in the field of the production of fiction series for television, we later became teachers in educational centers devoted to the audiovisual one, such as the Escuela de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños (EICTV) in Cuba or the Jacob Burns Film Center-Media Arts Lab in New York. Despite the degree of bitterness that the arduous process of preparation of every doctoral dissertation usually instills in any PhD student, we could never thank all our investigation work enough for having gifted us with the skin of a professional scriptwriter, as well as with the knowledge and awareness that we now have available to us, not just to be able to exert the wondrous trade of telling stories, but to keep trying to learn it while we teach it in different schools.

The metamorphose induced by the dilated process of creating this doctoral dissertation, many a time symmetrical to the famous Kafka's metamorphose, brought the attribute of our research task to remarkable heights of complexity and openly submerged us in the exercise of an eminently reflexive epistemology –and, because of that, necessarily paradoxical: we ended up by investigating ourselves until we tore to pieces the classical dialectical distinction between a researcher subject and a researched object. In this sense, we became what Michel Serres (1991) called *quasi-objects* and *quasi-subjects*, inhabitants of hybridized positions oblivious to all processes of dichotomization. It is an experience locatable in the field of *second-order cybernetics* (Ibáñez, 1994a, and 1998; Navarro, 1989): a sort of reflexive objectification that not just dissociates itself

from the idea of an 'external' and pre-constituted reality, but that also causes the object to overflow to include in its scope a subject that must account for itself. Where first-order cybernetics or observed systems place the observer outside the observed system, second-order cybernetics or observer systems include the observer in the observed system (Brunet and Morell, 2001). Rather than an epistemology, it turns out to be a *phronesis* (Pearce, 1994): a conscious abandonment of the *episteme* regarding the scientific knowledge of a truth, and a decided stand on knowing how things work. Instead of (an audience) theory, (an actor) praxis, that is, *phronesis* as reflexive knowledge and awareness that transforms, first of all, ourselves (Martín Gutiérrez, 1999).

The origin of that transforming activity lies in a kind of homage stemming from an archaeology of the practice of sociology of work. In that particular archaeology, the name of Robert Linhart takes up a central position. His book, *The Assembly Line*, marked years ago the waking of our interest in the sociological analysis of jobs. Linhart's text (1979) narrates his experience as a laborer in the Citroën factory of Choisy (Paris), which he joined in 1968 as a result of the so-called *establishment* politics: a migration toward factories of Maoist students and the French extreme left as a double strategy of proletarianization of their university groups and of 'raising consciousness' and political organization of the factory workers.³³¹ Our experience of immersion in the cycles of manufacturing content for television fiction were, nevertheless, diametrically opposed to Linhart's adventure among the automotive workers of Citroën: far from constituting a journey anchored to certainties and organizational purposes based on a closed and hyperideologized idea of work, we

³³¹ "Students and young intellectuals cannot be the leading force of the revolution (...). Only the working class is sufficiently powerful and vigorous to take in its hand the destiny of the revolution. Young revolutionary students must, consequently, play the role of intermediaries, to enforce the penetration of the avant-garde ideas into the working class (...). We will promote, because it is currently necessary to achieve this task, that young intellectuals get into production" (UJC-ML, 1968). The abbreviation corresponds with the late Union of Young Communists, Marxist-Leninist, a French left organization.

started from an absolute absence of certainties, from a finality circumscribed exclusively to the very action of research and the dissolution and irreversible crisis of, precisely, materiality and the traditional imagery surrounding the antagonism between capital and work that launched the research purpose of Linhart over forty years ago. Far from trying to build a subject and an identity surrounding the work, we tried to investigate the opposite, the deconstruction of that reference universe by studying some means of subjectivation and one of the most significant forms of identization that can be seen in stages currently, notably dissociated from the laborer's culture and identity inherent to the industrial society, as well as from the political composition of work which was distinctive of Linhart's times and is still present in many a sociological and political position.³³²

And despite the lack of certainties and truths, our research work and our integral immersion in the television ecosystems of fiction content production stems from an expediency and a driving force idea. The expediency of our purpose has been determined by a notable absence of sociological studies on the process of manufacturing television services and goods, whereas the driving force idea behind our research has been the proposal to take the attributes of jobs and organizational forms and their regulation on television media, especially in reference to the professional universe of scriptwriters as effective analyzers of generalized standards and logics in the set of productive sectors and labor markets in our day.

In the past twenty years, television production has consolidated into the most dynamic element in the field of audiovisual production in Spain. Sheltered by the surge of private television in our country –a result of the intense liberalization

³³² About the concept of *identization*, please refer to its entry in the glossary of words, categories, concepts and questions included in this work. About the political composition of work, please refer to the 'Technical Composition/Political Composition' in said glossary.

which affected the whole of the audiovisual industry after the second half of the 1980s—rose a number of companies oriented to satisfy the demand for content in television networks that openly embraced the policy of outsourcing a large portion of their productions. The thriving of local fiction and entertainment products from the 1990s allowed the creation of an infrastructure of productive fabric unprecedented in Spain and marked by the birth of numerous television content manufacturing companies. This unprecedented productive fabric has been fundamentally characterized by the existence of an enormous competitiveness, as well as by a process of productive lyophilization relying on the practice of sub-contracting heavily, which has determined a hefty precarization of the work conditions and a clear deregulation of labor environments.

Despite the economic and cultural importance of the television phenomena, a visible deficit of research works about the topic is observed, especially in what concerns the study of production processes, the characteristics and conditions of the work and the professional figures that people them, including their ways of life and subjectivation, their ethos, their domination standards and the signs for their potential insurgencies. The situation of state monopoly in broadcasting in Europe, in effect until three decades ago, encouraged sociological research to privilege questions such as the relations between television and national culture or television and politics. Mass media communication sociology, for instance, directed its predominant interest to the study of the social impact of television content. When this sociological discipline peripherally became interested in broadcasting professionals, it usually did so to pay attention to the journalist figure, leaving aside workers in activities of such relevance as the production of fiction or entertainment, emphasizing thus its interest in the informative phenomena and the study of the social effects of television media.

However, our vantage point starts from the idea that by dealing exclusively with the media product, isolated from the attributes and conditions of the production process of which it is a result, communication sociology tends to prevent a complex analysis and an adequate apprehension of the communicative act itself: a *continuum* created from the production to the reception level, with constant interactions, hybridizations and symmetries between both elements.

The virtually absolute lack of sociological studies centered in productive processes and professional environments peculiar to broadcasting turns out to be problematic, not only because of the importance of such media in our societies, but also because such media constitutes one of the most advanced expressions of logics and generalized phenomena in the whole of the current production scenarios. Despite the unquestionable level of singularity presented by the television sector, the research and analytical exercise we have developed has branched from the idea of an absence of a real specificity regarding other productive scopes: we decided to use television as the window to peek at the current global issues of production relationships as a whole, including the existential and subjectivational universes of living labor, as well as the power effects that the hegemonic neoliberal economic and political devices possess in our day.³³³ Starting from a fractal or hologrammatic rationality which indicates that every part possesses information about the social totality in which it is inscribed, this doctoral dissertation and the research experience it results from started from a simple methodological principle: only the particular study of particular situations can account for the actual social and productive realities (Castillo, 1988 and 1994).

In this sense, the centrality we have conceded to the figure of scriptwriters within

³³³ About our use of the category 'living labor' and its differences with the concept of labor power, please refer to the corresponding entry in the glossary.

the cycles and processes of manufacturing fiction television content started from the intuition that artistic activities constitute nowadays an advanced expression of the new forms of production and life associated to the generalized process of mutation of productive scenarios triggered in our country in the past twenty-five years: some of the most significant transformations in contemporary work are revealed in the field of paradoxes in which artistic activities bloom (Menger, 2002). As we will see throughout this doctoral dissertation, the scriptwriter represent the paradigmatic figure of a worker: (1) inventive and creative, projected themselves from productive activities with a cognitive, immaterial, relational and affective edge; (2) professional subject of a paradigm of capital valuation and accumulation which integrates life and work until it constitutes a *bioproductive* horizon where both the generic faculties of the persons and the deterritorialized spaces and times of their sociability come into play and are exploited; (3) mobile productive figure, without statute, inhabiting a radical decomposition of the salary relation and an evident destructuration of the old standards of regularization of the industrial society; (4) trapped in a permanent economy of uncertainty and insecurity; (5) openly exposed to the risks and the competitiveness pressure in the development of a violent experience of commercial colonization, of *entrepreneurialization of the self* and of financialization of existence; (6) *subject subjected* to the integral quality of a continuously heterodetermined flexibility and by a systematic *intermittency* in the access to benefits and rent; and (7) usually oblivious to the symbolic universes, the imageries and subjectivation means traditionally associated with the worker figure, including their political and union semiotics.³³⁴ In short, writers of fiction television content work as paradigmatic analyzers of the most determining realities in the current circuits of living work and social production.

Nevertheless, despite the integral value that we are conferring to our analytical proposal, it is convenient to insist in the characteristics of our gaze, allowing that

³³⁴ About the cognitive attribute of the scriptwriter's work, its bioproductive character, the phenomena of entrepreneurialization itself and heterodetermined flexibility, please refer to the following entries in our inventory: "Cognitive Workers", "Hegemony of Cognitive Work", "Bioeconomy", "Entrepreneur and Self-entrepreneur", "Employer Flexibility".

investigation processes rely always on subjectivation dynamics from which we project ourselves as researchers. As several authors have stressed, the centrality of *situated knowledges* (Haraway, 1988 and 1991) or the conception of every enunciation as *politics of location* (Rich, 1986) constitute crucial and common starting points to all exercises of knowledge building. In this sense, our contribution inevitably constitutes a located one, and thus, eminently partial. Like Braidotti (2004) points out, "the 'politics of location' means that the thinking, the theoretical process is not abstract, universalized, objective and detached, but rather that it is situated in the contingency of one's experience and as such it is a necessarily partial exercise. In other words, one's intellectual vision is not a disembodied mental activity; rather it is closely connected to one's place of enunciation, that is, where one is actually speaking from". Becoming social researchers inserted in productive circuits populated by the same precarization processes that modulate the lives of our study subjects make the reflexivity to determine a clear meeting point between 'both sides' of the investigation. In a certain way, we have slipped into a schizophrenic skin determined by the condition shared by the researcher and the researched, which has led us not just to a continuous reflexive analysis of our own labor (Castillo, 2005), but also to concede a certain analytical and methodological attention to the paradox category, a recurring figure in feminist studies which entails tensions and ruptures, opening new ways and readings from its apparent contradictions (Bracke, 2004).

From these premises, our research activity has followed the methodological attributes of the study of works and their universes proposed in recent years by sociologist Juan José Castillo, director of the doctoral dissertation we are now introducing. Hence, our work has been knitted with a combination of three

perspectives and three complementary focus criteria: on one hand, (a) studying *what is real*; (b) studying the *trends* detected in what is real; and (c) studying the *policies* of transformation of what is real; on the other hand, (d) tracking down and analyzing the *concrete and complete production processes* and the *experiences and interpretations* of the social actors involved; (e) studying those processes in their *territorial insert*; and (f) conferring a relevant weight to the *production culture* and *work relationships*, as well as to *the expectations and experiences*, beyond constrictions that we could call structural (Castillo, 2007).

This fabric of perspectives and criteria has some important implications. The most significant of them may be the fact that a look on productive scenarios cannot, in any case, be restricted to taking into account exclusively what happens in the production sphere formally acknowledged as such (Alaluf, 1986). Beyond the particular situations of the work, we must understand it as a social relationship determined by a reciprocal action of workers and employers defined as a dynamic economic and social structure that chains temporariness and specific cycles that involve social relationships as a whole. Even more, understanding production nowadays implies extending the analysis of productive work toward spheres that have been traditionally excluded from said analysis, like feminism proposed decades ago. In this sense, as we will see in detail in this doctoral dissertation, for the past twenty years we have attended a mutation of the economical meaning of the so-called 'free time'. As the net productive quality of leisure time, the cultural consumption of television scriptwriters and the directly productive character of television audiences demonstrate, that mutation has been articulated from the erosion of a fracture traditionally established between working and not-working. A phenomena that, together with the constellation of structural transformations we have observed throughout our research process, forces the revision of no few assumptions on political economy

and its criticism, points to the expediency of a re-articulation of some standards in sociological categorization, and requires a radical rupture with numerous elements of common sense taken for granted in society.

In the frame of this critical pretension, the located character of our investigation of television production scenarios from the point of view of their fiction writers takes us to some admittedly specific space-time coordinates. For a start, we have developed the whole of field work while involved in the team of scriptwriters of *Hospital Central*, the longest-lasting television series in the history of Spain. Created by Videomedia S.L. for the television station Telecinco, the show saw its beginnings in 2000 and ended in 2013. Its audience record was 6,257,000 viewers (share of 35.3%). In 2005 it obtained the Premio Ondas prize to the best national series of the year, and in March 2007, as its 13th season was about to start, it received the TP de Oro prize for the best Spanish television series. The value of our research, located in the productive territory of this particular content of television fiction, resides not only in its mainstream quality, but also in the archetypal character of its productive processes and its organizational frames and regulations of the work relations.

As for the time frame, our experience as *scriptwriters-researchers* involved in the circuits of manufacturing *Hospital Central* took place between 2005 and 2011, uninterruptedly. This experience allowed us to experiment and embody the conventional attributes of fiction television content production standardized in Spain. During the study of said attributes in relation to television media in our country, we decided to focus our gaze on the particular period of explosion and thriving of local television series, which happened between 1995 and 2005, and the balance of which placed Spain as the third country in Europe in fiction television content production, behind the United Kingdom and Germany (Alvarado, 2006).

The decision to limit the observation to the highest point of local fiction television in our country means that the economic data we have used to illustrate our analysis is circumscribed fundamentally to that period. However, the detailed reconstruction of contents and production conditions of the products and television series producers draws a sociological, anthropological and economical map that possesses a general utility, able to account not only of the global productive universe that conforms the most standardized dynamics of television series creation in Spain, but also to add possible general explanatory keys surrounding the actual ways of life and work subjectivation in the circuits of media, cognitive, immaterial, subjective and services production, and also to illustrate the eminently productive role of current television audiences. What is interesting is that the temporarily located character of the analysis gives our investigation the quality of a *forensic report*: the impact of the structural crisis of the capitalist accumulation regime triggered globally in 2008 has impacted the manufacturing of fiction television content in our country to the point of minimizing its production to the extreme, exhausting the universe of 'independent' TV producers and sending a significant part of their employees off the workforce: while networks rerun programs and invest ludicrously small amounts and resources in the production of new content, scriptwriters dwell massively among the unemployed or try to survive reshaping their professional profile and their lives. As we will see throughout this doctoral dissertation, what is most relevant in the research we have carried out is its quality as a neutralizer of every discourse that attributes the present economic circumstances a fortuitous, sudden, unexpected or transient nature: the set of analyses we propose highlights that the harvest that starves the sector of fiction television content today grew directly from the seeds sowed in the productivity model which configured the sector from its beginning. This phenomenon seems to dramatically affect all the production sectors and economies in Spain.

Parting from these general premises, we have divided the exposition of our

research process in three differentiated blocks which configure the structure of this doctoral dissertation. In the first one of them, conformed by chapters one and two, we provide context for the analysis of the universe of writing script for television in our country, on the basis of a minimalist radiography of the development and transformations of the television sector according to economic and organizational production factors, as well as to technological, judicial and political changes. This simple radiography is accompanied by a basic recount of the phases that characterize the evolution of fiction genres and formats in Spanish television. It is, simply, the minimum territorial enclosure within which our analyses will roam. Thus, this first block does not aspire to develop a minute report, but to make the reader acquainted with the semantics and the economies of the media universe while at the same time obtaining the information about the historical context in which the processes related to the writing and the television fiction we have studied are inscribed.

The second block of our work, conformed by chapter three of the text, is the longest and most relevant one, as it represents the fundamental nucleus of our investigation: an integral and minute study of the cycles of fiction television content production in our country, on the basis of the analysis of the writing of such content. From an eminently multidisciplinary methodology, in this block we will analyze the attributes of television scriptwriters according to a sociological study that includes: (1) the training cycles and dynamics; (2) the forms of regulation and remuneration of their professional activity; (3) the organizational standards of their work; (4) the particular nature of their work benefits; (5) the logics and phenomenologies of their exploitation; (6) their ways of life and subjectivation; and (7) the features and implications of their professional associations.

In the third block, on the contrary, we will cast our eyes on television audiences to detail the productive nature of their activities as well as the important transformation experienced through the standards of television reception and their agents in the past decades. Along this block, which we will find on chapter four of the text, we provide an initial methodological cartography about the research of television audiences, and we discriminate between the different positions and attributes presented by said audiences in relation to their uses, consumptions and productions of television media.

Based on this analysis we are building a theoretical and methodological proposal emerging from the directly productive character of media consumption. From this point of view, the field of television reception becomes an authentic work space-time that not only erodes the traditional standards of discrimination between productive and non-productive activities, production and circulation circuits, but also possesses an invisible nature, it lacks a statute and its value appears dispossessed of either social or economic acknowledgment.

The three blocks that support the text structure are complemented by a glossary in which words, categories, concepts and questions key to the comprehension of our analysis are included. Besides, the dissertation includes three *intermezzos* where we have developed specific questions we consider to have an illustrative or explanatory value in relation to some significant elements in our study. The first of them outlines a conception of the fiction television script as a commercial product, analyzing both its literary determinations and its statute within the audiovisual production. The second *intermezzo* proposes a general cartography that provides our analysis with an historical perspective that goes beyond the strict media and televisual territory, drawing a theoretical approximation to the current forms of domination and government of social relations as a whole. The third *intermezzo* delivers the implications of our analysis in the productive character of audiences in the complex world of social media and the Internet,

building a new reading of the online habits and behaviors of audiences on the networks that turn them into key players in the value production and capital accumulation nowadays.

This doctoral dissertation ices an extensive stage of research and an intense personal experience. However, far from meaning an ending, it represents nothing but a possible starting point. In the words of the Italian band *99 Posse* years ago, "comincia adesso", everything starts now. What is interesting about a research work resides not only in the research process itself, but in its utility, its connections and processes that may be activated because of it and through its results. Our gaze on the universes of fiction television in our country is eminently partial and incomplete. Actually, everything is yet to be done, especially in the political and socio-economical context Spain and Europe are immersed in right now. The purpose that guided our research work all through these years has not been the mere achievement of a PhD in Sociology, but something we consider far more important: contributing useful material to the comprehension of productive scenarios and the worlds of current jobs, especially for their starring actors, workers, those who know about their own lives far more than us, although they always believe they do not know what they do know. There reside the knowledge and awareness we might have been able to reproduce. On the doctorate's side, nevertheless, we do nothing but confirm all which we do not know or recognize, for, as Jesus Ibáñez said, he who knows needs not a degree, and the degree only guarantees the knowledge of him who knows not.

